

ООО «ГетТакси Рус»

1-й Дербеневский пер.,
д. 5, стр. 2, оф. 60,
г. Москва, 1115114

АО «Медиа Инстинкт»

ул. Кржижановского,
д. 29, корп. 1, эт. 2, пом. 1, комн. 2,
г. Москва, 117218

РЕШЕНИЕ

по делу № 3-5-110/77-17

«22» июня 2017 г.

г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе (далее — Комиссия Московского УФАС России, Комиссии) в составе:

председателя Комиссии – <...>,

членов Комиссии – <...>, <...>,

рассмотрев дело № 3 5 110/77 17 по факту распространения в социальных сетях «Twitter», «Facebook» (в новостной ленте с пометкой «реклама»), а также на телеканалах ТНТ4, СТС, Домашний, Че, СТС Love, НТВ, ТНТ, Матч ТВ, ТВ 3, Пятница рекламы Gett Taxi с использованием, в том числе фразы «*Gett Taxi от 50 рублей*» с признаками нарушения пункта 4 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38 ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе),

в присутствии представителей АО «Медиа Инстинкт» в лице <...> (по доверенности № <...>), <...> (по доверенности № <...>); ООО «ГетТакси Рус» в лице <...> (по доверенности № <...>),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3 5 110/77 17 возбуждено по факту распространения в социальных сетях «Twitter», «Facebook» (в новостной ленте с пометкой «реклама»), а также на телеканалах ТНТ4, СТС, Домашний, Че, СТС Love, НТВ, ТНТ, Матч ТВ, ТВ-3, Пятница рекламы Gett Taxi с использованием, в том числе фразы «*Gett Taxi от 50 рублей*».

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, выслушав объяснения АО «Медиа Инстинкт», ООО «ГетТакси Рус», применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

ООО «ГетТакси Рус» (место нахождения: 1-й Дербеневский пер., д. 5, стр. 2, оф. 60, г. Москва, 1115114) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 03.11.2011 за основным государственным регистрационным номером 1117746877621, ИНН 7704794345, КПП 772501001.

АО «Медиа Инстинкт» (место нахождения: ул. Кржижановского, д. 29, корп. 1, эт. 2, пом. 1, комн. 2, г. Москва, 117218) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 10.12.2008 за основным государственным регистрационным номером 5087746573294, ИНН 7714760793, КПП 772701001.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе, рекламой является информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, объектом рекламирования является товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

В соответствии с пунктом 3 статьи 3 Закона о рекламе, товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Рассматриваемая реклама, распространяемая на телеканалах ТНТ4, СТС, Домашний, Че, СТС Love, НТВ, ТНТ, Матч ТВ, ТВ-3, содержала в себе информацию о возможности заказать такси с помощью приложения Gett, а также утверждение «Поездки от 50 рублей», свидетельствующее о том, что минимальная стоимость поездки составляет 50 рублей.

По мнению ООО «ГетТакси Рус», рассматриваемая реклама является не рекламой услуг такси, а привлекает внимание потребителей к приложению, с помощью которого можно вызвать такси.

Между тем, Комиссией Московского УФАС России из текста рекламы установлено, что указание стоимости относится именно к поездке заказчика такси, а не к услугам по использованию приложения Gett Taxi.

Аналогичные выводы также применимы к рекламе, распространяемой в сети Интернет в социальных сетях «Twitter», «Facebook» (в новостной ленте с пометкой «реклама»).

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации как предназначенность для неопределенного круга лиц означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Учитывая способ распространения рассматриваемой информации, а именно по телевидению и в сети Интернет, Комиссией Московского УФАС России установлено, что такая информация была доступна неопределенному кругу лиц, каких-либо ограничений по ее распространению не выявлено.

Резюмируя изложенное, рассматриваемая информация распространялась неопределенному кругу лиц, исходя из способа распространения и содержания, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (услугам такси), а следовательно является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе. Данный вывод лицами, участвующими в деле, не оспаривается.

В соответствии с пунктом 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

Согласно имеющимся в материалах дела документам и сведениям, рассматриваемая реклама содержала утверждение «Поездки от 50 рублей».

Однако, как следует из заявления, указанная цена относится лишь к подаче машины и непосредственно посадке пассажира. В дальнейшем идет начисление платы за время в пути или километраж.

Данные сведения подтверждаются также информацией с сайта gett.com, размещенной в разделе «Тарифы» и зафиксированной посредством акта проверки информации в сети Интернет № 8-45 от 13.10.2016 и не оспаривается ООО «ГетТакси Рус».

По мнению ООО «ГетТакси Рус», рассматриваемая информация не является недостоверной, так как содержит предлог «от», что подразумевает вероятное повышение реальной цены.

Однако при указании цены, даже в случае использования предлога «от», следует оперировать именно минимальной суммой затрат, которую может понести потенциальный потребитель.

В соответствии с содержащейся на сайте gett.com информации, в частности изложенной по адресу <http://gett.com/ru/tariff/moscow-tariff/>, тариф самого дешевого класса автомобиля (при выборе для поездки г. Москва) складывается из суммы: 50 рублей посадка + 18 рублей каждая последующая минута. Таким образом, минимальная плата за услуги Gett Taxi составляет 68 рублей (даже в случае поездки всего одну минуту).

Указание цены с использованием предлога «от» не может свидетельствовать о праве хозяйствующего субъекта оглашать любую сумму, которая является меньше реально подлежащей оплате. Подобный подход фактически позволяет субъекту, продвигая свои товары (работы, услуги), вводить потребителей в заблуждения с использованием «игры слов».

Кроме того, в соответствии с письменными и устными пояснения ООО «ГетТакси Рус», рассматриваемая реклама не вводит в заблуждение, так как из буквального анализа слогана «Gett Taxi от 50 р.» можно сделать вывод о том, что предоставляемые услуги тарифицируются от 50 рублей. При этом в услуги легкового такси можно выделить 4 основных элемента:

- подача такси;
- ожидание пассажира водителем такси;
- посадка пассажира в такси;
- непосредственно перевозка пассажира.

Выполнение любого из вышеперечисленных действий в отношении

пассажира будет являться услугой, связанной с легковым такси.

При этом, по мнению ООО «ГетТакси Рус», потребитель может вызвать такси и сразу же отказаться от него после его подачи, либо может отказаться от такси после определенного времени ожидания пассажира водителем. В данном случае подача такси к месту заказа, а также ожидание пассажира будут являться самостоятельной услугой, оказанной потребителю.

Таким образом, как утверждает ООО «ГетТакси Рус», оказание услуги, связанной с легковым такси, не всегда предполагает выполнение действий, непосредственно связанных с перевозкой пассажира.

Однако Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необоснованности указанных выше доводов Общества в связи с тем, что имея намерение воспользоваться услугами легкового такси потребитель не предполагает отказываться от него на стадии ожидания либо в момент подачи машины. Подобная ситуация является исключением, но не правилом.

Следовательно обращая внимание на стоимость услуги такси лица в первую очередь отмечают стоимость оказываемой услуги, которое приведет к конечной цели — доставлению пассажира из одного места в другое. Более того, реклама содержит в себе прямое указание на «поездку от 50 рублей».

При рекламировании своего товара (работы, услуги) на рынке хозяйствующий субъект должен обеспечивать достоверность доводимой до потенциальных потребителей информации, а равно соблюдение всех принципов добросовестного поведения на рынке. Следовательно, распространяя информацию о цене за оказываемую услугу, необходимо исходить из ее реальной стоимости.

В соответствии с частью 1 статьи 31 Федерального закона от 08.11.2007 № 259 ФЗ «Устав автомобильного транспорта и городского наземного электрического транспорта», перевозка пассажиров и багажа легковым такси осуществляется на основании публичного договора фрахтования, заключенного в устной форме.

Согласно статье 787 Гражданского кодекса Российской Федерации, по договору фрахтования (чартер) одна сторона (фрахтовщик) обязуется предоставить другой стороне (фрахтователю) за плату всю или часть вместимости одного или нескольких транспортных средств на один или несколько рейсов для перевозки грузов, пассажиров и багажа.

Слово «перевозка», согласно Толковому словарю русского языка С.И. Ожегова, Н.Ю. Шведовой, подразумевает под собой следующее действие: везя через какое-нибудь пространство, переместить.

Таким образом, сама по себе услуга по перевозке пассажиров и багажа легковым транспортом предполагает под собой перемещение из одного места в другое. Так как согласно сайту в 50 рублей обойдется только посадка, то есть фактически подача машины и «загрузка» в нее пассажира, сама по себе продвигаемая услуга в полном объеме не оказывается. Пассажир остается на месте и не достигает цели. Чтобы совершить даже незначительное перемещение пассажиру необходимо доплатить как минимум 18 рублей, следовательно ООО «ГетТакси Рус» распространяется недостоверная информация относительно цены товара.

Таким образом, в рекламе Gett Taxi содержится недостоверная информация, так как осуществить поездку, заплатив только 50 рублей, невозможно. Тем самым потребители вводятся в заблуждение в отношении расходов, которые им придется понести в связи с использованием услуг Gett Taxi.

Комиссией также не может быть принято во внимание то обстоятельство, что при заказе такси через приложение Gett Taxi потребителю необходимо выполнить ряд действий, совершая которые он может получить достоверную информацию относительно реальной стоимости выбранной им услуги. Так потребителя необходимо войти в приложение, выбрать тариф поездки (эконом, комфорт и т. д.), а также заполнить иные необходимые для заказа такси данные.

Так не может свидетельствовать об отсутствии введения в заблуждение то обстоятельство, что в рекламе указана недостоверная цена, но при попытке потребителя воспользоваться услугой или приобрести товар выясняется, что цена выше или включает в себя оплату дополнительных функций и т. д.

В настоящем случае привлекательная для потребителей информация распространяется способами, доступными для неопределенного круга лиц, и направлена на привлечение их внимания или поддержания интереса к объекту рекламирования. Таким образом, когда потребитель рекламы заходит в приложение (возможно предварительно установив его на свое мобильное устройство) и выполняет иные действия, предшествующие фактическому заказу машины, цель рекламодателя является достигнутой, так как внимание к товару уже привлечено.

В связи с изложенным Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что указание на достоверную цену поездки или формулу ее формирования на официальном сайте рекламодателя или в его официальном мобильном приложении не может исключать самого факта введения в заблуждения неопределенного круга лиц потребителей рекламы в отношении такой цены.

Также Комиссия Московского УФАС России отмечает, что возможность отсутствия влияния указания недостоверной информации о минимальной стоимости поездки на реальный спрос на услуги ООО «ГетТакси Рус» также не может свидетельствовать об отсутствии вменяемого правонарушения. Воспринимая рекламу, как сознательно,

так и подсознательно, потенциальный потребитель услуг формирует собственное представление о том, какую сумму ему предстоит заплатить, если он воспользуется рекламируемыми услугами.

Таким образом, сам момент введения в заблуждение наступает именно тогда, когда подобное представление, основанное на недостоверных сведениях в рекламе, формируется у потенциального клиента ООО «ГетТакси Рус».

Иное свидетельствовало бы о возможности любого продавца товара (лица, оказывающего услугу, выполняющего работу) сообщать в рекламе недостоверные сведения о цене товара, доводить истинную стоимость в момент покупки товара и при этом избегать ответственности за подобные недобросовестные действия.

Более того, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что в настоящем случае существенность введения в заблуждения (разница в стоимости 18 рублей) не является обстоятельством исключающим факт наличия в рассматриваемой рекламе нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. Малозначительность правонарушения может иметь значение при решении вопроса о наложении на ответственное лицо административного наказания, но не может свидетельствовать об отсутствии самого факта нарушения.

В рамках настоящего дела вопрос о наложении на ООО «ГетТакси Рус» административного наказания не решается. Комиссия Московского УФАС России в рамках дела о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе устанавливает наличие либо отсутствие факта нарушения в определенной рекламе, а также определяет лиц, несущих ответственность за такое правонарушение.

Комиссией Московского УФАС России также рассмотрен довод ООО «ГетТакси Рус» относительно действий иных лиц, осуществляющих деятельность на рынке диспетчерских услуг. Между тем приведенный довод не может влиять на рассмотрение рекламы Gett Taxi «Поездки от 50 рублей».

Каждая отдельная реклама рассматривается антимонопольным органом на предмет наличия или отсутствия нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе на основе совокупности множества обстоятельств: место, время, способ распространения рекламы, полный объем содержащихся в такой рекламе сведений, а также иных.

Кроме того, тот факт, что иные лица распространяют рекламу, которая, по мнению ООО «ГетТакси Рус», является аналогичной той, что рассматривается в рамках настоящего дела, не может свидетельствовать о наличии нарушения в такой рекламе, как не может свидетельствовать об отсутствии нарушения в рассматриваемой рекламе. В случае, если ООО «ГетТакси Рус» полагает, что в приведенной в пример рекламе также имеются признаки нарушения, Общество не лишено возможности обратиться с соответствующим заявлением в антимонопольный орган с приложением необходимых документов и сведений.

Более того, Московским УФАС России рассматривалось заявление физического лица на рекламу сервиса «Яндекс.Такси» «Опять допоздна на работе? Яндекс.Такси с тарифом «Эконом» отвезет домой в любое время и всего от 99 р.», в ходе рассмотрения которого нарушений установлено не было, в том числе в связи с тем, что данный тариф включает в себя минимальные расстояние (2 км.) и время (3 мин.) за

минимальную стоимость от 99 рублей.

На основании изложенного Комиссией Московского УФАС России установлен факт нарушения пункта 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, при распространении в социальных сетях «Twitter», «Facebook» (в новостной ленте с пометкой «реклама»), а также на телеканалах ТНТ4, СТС, Домашний, Че, СТС Love, НТВ, ТНТ, Матч ТВ, ТВ-3, Пятница рекламы Gett Taxi с использованием, в том числе, фразы «*Gett Taxi. Поездки от 50 рублей*».

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, является ненадлежащей.

Таким образом, рассматриваемая реклама, содержащая признаки нарушения пункта 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, является ненадлежащей.

Ответственность за нарушение пункта 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, в соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе, несет рекламоделец.

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламоделем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем признается лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В соответствии с представленными в материалы дела документами и сведениями рекламоделем рекламы, распространяемой на телеканалах ТНТ4, СТС, Домашний, Че, СТС Love, НТВ, ТНТ, Матч ТВ, ТВ-3, Пятница, является ООО «ГетТакси Рус». Данные обстоятельства лицами, участвующими в деле, не оспариваются.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России установила, что лицом, ответственным за нарушение пункта 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе при распространении рекламы Gett Taxi с использованием, в том числе фразы «*Gett Taxi. Поездки от 50 рублей*» на телеканалах ТНТ4, СТС, Домашний, Че, СТС Love, НТВ, ТНТ, Матч ТВ, ТВ-3, Пятница является ООО «ГетТакси Рус».

АО «Медиа Инстинкт» осуществляет посредническую деятельность, связанную с оказанием услуг по проведению рекламной кампании ООО «ГетТакси Рус», на основании Агентского договора № 1/1/16 от 12.01.2016, и не является рекламодателем.

Вместе с тем установлено, что рекламоделем рекламы, распространяемой в сети Интернет в социальных сетях «Twitter», «Facebook» (в новостной ленте с пометкой «реклама») ООО «ГетТакси Рус» не является.

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Между тем в материалы дела представлены документы и сведения, свидетельствующие о прекращении распространения рассматриваемой рекламы «*Gett Taxi. Поездки от 50 рублей*» на телеканалах ТНТ4, СТС, Домашний, Че, СТС Love, НТВ, ТНТ, Матч ТВ, ТВ-3, Пятница.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать ООО «ГетТакси Рус» нарушившим требования пункта 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе при распространении с февраля 2016 по январь 2017 года на телеканалах ТНТ4, СТС, Домашний, Че, СТС Love, НТВ, ТНТ, Матч ТВ, ТВ-3, Пятница рекламы Gett Taxi с использованием, в том числе фразы «*Gett Taxi. Поездки от 50 рублей*», содержащей недостоверные сведения о цене рекламируемого товара.

2. Не выдавать лицам, участвующим в деле, предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. В остальной части производство по делу 3-5-110/77-17 прекратить.

Решение может быть обжаловано в Арбитражный суд г. Москвы в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>