

ООО «Яндекс.Лавка»

<...>

РЕШЕНИЕ

по делу №077/05/5-11606/2023

«16» октября 2023 года г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по

рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской

Федерации о рекламе (далее – Комиссия Московского УФАС России, Комиссия) в

составе:

председателя Комиссии: <...>ой,

членов Комиссии: <...>ой, <...>ой,

рассмотрев дело №077/05/5-11606/2023, возбужденное в отношении

ООО «Яндекс.Лавка» (ИНН:9718101499) части 7 статьи 5 Закона Федерального

закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе),

выразившегося в распространении 24.06.2023 в 13:20 рекламы сервиса Яндекс.Лавка

(ЕРИР #91401332) следующего содержания:

*«Яндекс Лавка: доставка еды на дом и в офис. От 10 минут! Безналичная оплата. Москва. Продукты и еда из Яндекс Лавка со скидкой 41% на первый заказ!*

*Промокод RTASKIDKA»,*

в присутствии представителя ООО «Яндекс.Лавка» » (по доверенности),

УСТАНОВИЛА:

Дело №077/05/5-11606/2023 возбуждено в отношении ООО «Яндекс.Лавка» на

основании заявления физического лица (Вх. № 41490-ЭП/23 от 30.06.2023)

2023-50240

2

относительно распространения 24.06.2023 в 13:20 рекламы сервиса Яндекс.Лавка

(ЕРИР #91401332) следующего содержания:

*«Яндекс Лавка: доставка еды на дом и в офис. От 10 минут! Безналичная оплата. Москва. Продукты и еда из Яндекс Лавка со скидкой 41% на первый заказ! Промокод RTASKIDKA».*

Распространение указанной рекламы подтверждается скриншотами, представленными в материалы.

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения

дела, выслушав доводы представителей сторон по делу, оценив в совокупности и

взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства

Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к

следующим выводам.

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.

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.

Предметом рассмотрения настоящего дела является реклама распространяемая

в сети Интернет в сервисе Яндекс.Лавка.

Таким образом, сведения были распространены широкому заранее неопределенному кругу лиц.

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.

На основании изложенного объектом рекламирования в настоящем случае

является услуги Яндекс.Лавки со скидкой на первый заказ.

В соответствии с частью 7 статьи 5 Закона о рекламе не допускается реклама,

в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об

условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл

информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

При оформлении заказа пользователем (<...>) и применении промокода *RTASKIDKA*, указанного в рекламном предложении, приложение показало сообщение, что этот промокод уже был ранее использован.

В связи с чем заявитель обратился в служебную поддержку «Яндекс.Лавки»

через чат в мобильном приложении. Сотрудник службы поддержки пояснил, что

скидка автоматически применяется для аккаунтов, у которых еще не было заказов.

Если заказы были у заявителя или его близких, то скидки не будет.

При попытке уточнить детали применения скидки по промокоду, а также, какое отношение имеют близкие к аккаунту заявителя сотрудник службы поддержки

ссылался на конфиденциальную информацию.

При проверки истории заказов в приложении Яндекс Лавки, заказов у заявителя ранее не было, а значит предложенная в рекламе скидка на первый заказ

должна была действовать. Подтверждение ранее совершенных

заявителем заказов

ООО «Яндекс.Лавка» в материалы не представлено.

Между тем, Комиссия установила, что в материалы дела лицом, подавшим

заявление, представлены скриншоты рассматриваемой рекламы и скриншоты

переписки с технической службой, содержащие данные страницы сайта, который

открывается при клике на рекламный баннер.

В соответствии с представленными сведениями, рассматриваемая реклама

была инициирована ООО «Яндекс.Лавка», что Обществом не оспаривается.

Резюмируя изложенное, при распространении указанной рекламы

усматриваются признаки нарушения части 7 статьи 5 Закона о рекламе,

выразившегося в распространении в ООО «Яндекс.Лавка» рекламы, в которой

отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях

его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации

и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

На основании изложенного, Комиссия приходит к выводу о наличии в рассматриваемой рекламе нарушения части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе, реклама, не

соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе,

является ненадлежащей.

2023-50240

Таким образом, распространяемая 24.06.2023 в 13:20 рекламы сервиса Яндекс.Лавка (ЕРИР #91401332) следующего содержания:

*«Яндекс Лавка: доставка еды на дом и в офис. От 10 минут! Безналичная оплата. Москва. Продукты и еда из Яндекс Лавка со скидкой 41% на первый заказ!*

*Промокод RTASKIDKA»* является ненадлежащей.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе за нарушение части 7

статьи 5 Закона о рекламе ответственность несет рекламодатель.

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе под рекламодателем понимается

изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования

и (или) содержание рекламы лицо.

На основании изложенного Комиссия приходит к выводу, что

ООО «Яндекс.Лавка» является рекламодателем.

На основании изложенного в действиях ООО «Яндекс» при распространении

24.06.2023 в 13:20 рекламы сервиса Яндекс.Лавка (ЕРИР #91401332) следующего

содержания:

*«Яндекс Лавка: доставка еды на дом и в офис. От 10 минут! Безналичная оплата. Москва. Продукты и еда из Яндекс Лавка со скидкой 41% на первый заказ!*

*Промокод RTASKIDKA»* установлено нарушение части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Согласно пункту 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел,

возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской

Федерации о

рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от

24 ноября 2020 года № 1922 (далее — Правила), 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.

Согласно пункту 54 Правил добровольное устранение лицом (лицами)

совершенного нарушения является основанием для антимонопольного органа не

выдавать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской

Федерации о рекламе.

В письменных пояснениях ООО «Яндекс.Лавка» сообщило, что реклама была

принята Яндексом к размещению в сервисе «Яндекс.Директ» в результате

технической ошибки и в настоящий момент не размещается.

На основании изложенного Комиссия приходит к выводу о

нецелесообразности выдачи предписания лицу, в чьих действиях установлено

нарушение положений Закона о рекламе. При этом, в случае выявления новых

фактов распространения данной рекламы с нарушением законодательства

Российской Федерации о рекламе заявитель не лишен возможности подать в

антимонопольный орган новое заявление.

2023-50240

5

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42-47 Правил, Комиссия Московского УФАС

России

РЕШИЛА:

1. Признать ООО «Яндекс.Лавка» нарушившим требования части 7 статьи 5

Закона о рекламе при распространении 24.06.2023 в 13:20 рекламы сервиса

Яндекс.Лавка (ЕРИР #91401332) следующего содержания:

*«Яндекс Лавка: доставка еды на дом и в офис. От 10 минут! Безналичная оплата. Москва. Продукты и еда из Яндекс Лавка со скидкой 41% на первый заказ!*

*Промокод RTASKIDKA».*

2. Не выдавать ООО «Яндекс.Лавка» предписание о прекращении нарушения

законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу

Московского областного УФАС России для решения вопроса о возбуждении дел об

административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса

Российской Федерации об административных правонарушениях. Решение может

быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198

Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель комиссии<...>а

Члены комиссии:

<...>а

<...>а