

# РЕШЕНИЕ

по делу № 077/05/5-94/2020

«18» марта 2020 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 № 077/05/5-94/2020, возбужденное в отношении

ООО «Цифровые системы» пункта 1 части 2, пунктов 1, 20 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе»

(далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении в поисковых

системах Яндекс, Mail.ru, Rambler рекламы следующего содержания: «Hot WiFi:

№ 1 среди гостевых WiFi/hot-wifi.ru. Hot-wifi.ru > нпо аналитики»; «Hot WiFi: №

1 среди гостевых WiFi/hot-wifi.ru. Hot-wifi.ru/ooo нпо аналитика», которая

содержащей некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися

в

обороте товарами других производителей, недостоверной рекламе, содержащей не соответствующие действительности сведения

о преимуществах

рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые

произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, о

лице, оказывающем услугу,

в присутствии представителей: ООО «Цифровые системы» в лице <...>

(по доверенности № б/н от 17.02.2020), ООО «НПО Аналитика» в лице <...>

(по доверенности № 4 от 19.02.2020), ООО «Профитатор» в лице <...> (по

доверенности № б/н от 02.12.2019),

в отсутствие ООО «Яндекс», ООО «Рамблер Интернет Холдинг»,

ООО «Мэйл.Ру», ООО «АРВМ», (уведомлены надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 077/05/5-94/2020 возбуждено в отношении ООО «Цифровые

системы» на основании заявления ООО «НПО Аналитика» по факту

распространения в период с 23.07.2019 по 07.10.2019 в поисковых системах

Яндекс, Mail.ru, Rambler через сервис «Яндекс. Директ» следующей рекламы:

«Hot WiFi: № 1 среди гостевых WiFi/hot-wifi.ru. Hot-wifi.ru > нпо аналитики»;

«Hot WiFi: № 1 среди гостевых WiFi/hot-wifi.ru. Hot-wifi.ru/ooo нпо аналитика».

Не установив оснований для отложения или приостановления

рассмотрения дела, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные

доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о

рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим

выводам.

ООО «НПО Аналитика» является юридическим лицом, действующим на

2

основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических

лиц 21.05.2013 за основным государственным регистрационным номером

1137847198664, ИНН/КПП 7841483214/781401001.

ООО «Цифровые системы» является юридическим лицом, действующим

на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических

лиц 22.01.2014 за основным государственным регистрационным номером

1147746031080, ИНН/КПП 7704854724/771301001.

ООО «Профитатор» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 29.09.2014 за основным государственным регистрационным номером 5147746156718, ИНН/КПП 7728891517/772501001.

ООО «Яндекс» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 18.09.2002 за основным государственным регистрационным номером 1027700229193, ИНН/КПП 7736207543/770401001.

ООО «Рамблер Интернет Холдинг» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 18.11.2003 за основным государственным регистрационным номером 1037725059800, ИНН/КПП 7725243282/772501001.

ООО «Мэйл.Ру» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 20.12.2002 за основным государственным регистрационным номером 1027739850962; ИНН/КПП 7743001840/771401001.

ООО «АРВМ» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц (далее — ЕГРЮЛ) 10.01.2014 за основным государственным регистрационным номером 1147746006320, ИНН/КПП 77725814962/772501001.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе под рекламой понимается информация, распространяемая 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.

Рассматриваемая реклама распространялась посредством размещения рекламного макета в сети Интернет, а равно была доступна неограниченному кругу лиц-потребителей рекламы.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе объектом

3

рекламирования является товар, средство 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 настоящем случае объектами рекламирования являются услуги по предоставлению беспроводной локальной сети, оказываемые ООО «Цифровые системы».

На основании изложенного рассматриваемая информация является рекламой, что сторонами по делу не оспаривается.

В соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые

произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами. Согласно пункту 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Исходя из указанной позиции, а также статьи 14.3 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», письма ФАС России от 24.12.2015 № ИА/74666/15, под некорректным сравнением следует понимать сравнение хозяйствующего субъекта и (или) его товара с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, в том числе:

- сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром путем использования слов «лучший», «первый», «номер один», «самый», «только», «единственный», иных слов или обозначений, создающих впечатление о превосходстве товара и (или) хозяйствующего субъекта, без указания конкретных характеристик или параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, либо в случае, если утверждения, содержащие указанные слова, являются ложными, неточными или искаженными;
- сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, в котором отсутствует указание конкретных сравниваемых характеристик или параметров либо результаты сравнения не могут быть объективно проверены;
- сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, основанное исключительно на незначительных или несопоставимых фактах и содержащее негативную оценку деятельности хозяйствующего субъекта-конкурента и (или) его товара.

Согласно пункту 29 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе»

4 о рекламе информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах. В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

Использование в спорной рекламе словосочетания «№ 1 среди гостевых WiFi/hot-wifi.ru» в отсутствие конкретных критериев такого утверждения напрямую противоречит вышеприведенной норме.

К некорректному следует отнести любое нетактичное сравнение, когда без видимых оснований высказываются предположения, что только рекламируемый товар обладает определенными свойствами, а товары иных организаций во многом уступают рекламируемому, тем самым формируя у потенциальных потребителей рекламы данное утверждение. Таким образом, из формы подачи и

смысла рассматриваемой рекламной информации вытекает некорректное сравнение услуг в сфере предоставления беспроводной локальной сети неопределенного круга лиц с конкурирующими услугами, предоставляемыми ООО «Цифровые системы».

Следует учитывать, что реклама имеет побудительный характер, то есть стимулирует интерес потребителей к товарам и услугам, поддерживает заинтересованность в них. Основной ее целью является продвижение товара на рынке. Следовательно, использование в рекламе недостоверных сведений ставит рекламодателя в более выгодное положение и дает необоснованные преимущества перед конкурентами, действующими на том же рынке.

Включение подобных высказываний без достаточных доказательств их истинности расценивается как недостоверная реклама.

Из пояснений ООО «Цифровые системы» следует, что утверждение «№ 1 среди гостевых WiFi» обусловлено собственными исследованиями Общества исходя из показателей выручки. Также ООО «Цифровые системы» проанализировало сайт заявителя в сети Интернет proanalitika.ru, и пришло к выводу, что заявитель оказывает иные услуги, отличающиеся от ООО «Цифровые системы», в связи с чем в рекламе отсутствовало некорректное сравнение услуг ООО «Цифровые системы» и заявителя.

В свою очередь Комиссия оценивает доводы ООО «Цифровые системы» критически, поскольку наличие, по мнению Общества, оснований для наделения себя соответствующей характеристикой «№ 1» не свидетельствует о

5  
возможности распространения данной информации неопределенному кругу лиц в рекламе, поскольку это прямо противоречит требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе.

Относительно отсутствия между ООО «Цифровые системы» и заявителем конкуренции, Комиссией установлено следующее.

В контексте использования утверждения «№ 1» установление наличия конкурентных отношений не требуется, в том числе в связи с тем, что такое утверждение не сравнивает рекламируемые услуги с конкретными, а в целом выделяет их на фоне аналогичных, оказываемых неопределенным кругом лиц — конкурентами. В контексте использования фирменного наименования заявителя в тексте рекламы в установлении факта оказания аналогичных услуг также нет необходимости.

Между тем, согласно сведениям из ЕГРЮЛ видами деятельности ООО «Цифровые системы» является разработка компьютерного программного обеспечения (код 62.01 ОКВЭД), деятельность консультативная и работы в области компьютерных технологий (код 62.02 ОКВЭД) и др. Согласно сведениям официального сайта Общества в сети Интернет по адресу hot-wifi.ru в разделе «О компании» содержится информация: «С 2014 года помогаем бизнесу с организацией и поддержкой публичных WiFi-сетей с маркетинговыми и аналитическими возможностями. Уже более 6 лет мы доказываем, что WiFi может приносить весомую пользу. За это время мы помогли тысячам заведений решить бизнес-задачи с помощью WiFi-маркетинга».

Согласно сведениям из ЕГРЮЛ видами деятельности ООО «НПО Аналитика» является деятельность, связанная с использованием вычислительной техники и информационных технологий, прочая (код 62.09 ОКВЭД), деятельность консультативная и работы в области компьютерных технологий (код 62.02 ОКВЭД) и др. Согласно сведениям официального сайта Общества в сети Интернет по адресу www.proanalitika.ru в разделе «Подробнее

о компании» содержится информация: «Компания НПО Аналитика предоставляет услуги по изучению поведения посетителей, используя инновационные методы сбора и анализа статистических данных. Мы разработали систему анализа wifi-сигналов сотовых телефонов (беспроводная аналитика) посетителей для задач, связанных с изучением поведения покупателей. Это даёт мощнейший инструмент не только для вдумчивого измерения эффективности маркетинга и рекламы, но и позволяет создать эффективные KPI для торгового персонала, понимать и влиять на поведение лояльных покупателей, а также позволяет получить дополнительные аргументы в переговорах с арендодателем (или арендаторами в случае использования системы TRC)».

Исходя из вышеизложенного Комиссия приходит к выводу, что оба субъекта осуществляют услуги, в том числе маркетинга, в сфере предоставления беспроводной локальной сети, что позволяет предположить тот факт, что той формулировкой, в которой была размещена спорная реклама «Hot 6

WiFi: № 1 среди гостевых WiFi/hot-wifi.ru. Hot-wifi.ru > нпо аналитики»; «Hot WiFi: № 1 среди гостевых WiFi/hot-wifi.ru. Hot-wifi.ru/ooo нпо аналитика», могло и воспользоваться ООО «НПО Аналитика» для продвижения собственных услуг, а равно потребитель мог предположить, что переходя по ссылке в рекламе, обращается за услугами именно к нему, а не ООО «Цифровые системы».

Одновременно Комиссия обращает внимание, что в данном случае исходя из конкретного содержания рекламы прямо не следует некорректного сравнения именно с услугами заявителя, поскольку используемая в данном случае фраза «№1», ставшая определяющим фактором недобросовестных действий ООО «Цифровые системы», образует некорректное сравнение со всеми другими конкурентами Общества на соответствующем товарном рынке (например АО «РусьСвязьИнтеграция», АО «МаксимаТелеком» и др.).

Иных документально подтвержденных доказательств обратного ООО «Цифровые системы» не представлено.

Также спорная реклама рассматривается на предмет нарушения пункта 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, согласно которому недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

Согласно представленным документам и сведениям установлено, что обозначение «НПО Аналитика» является частью фирменного наименования ООО «НПО Аналитика», зарегистрированного в качестве юридического лица 21.05.2013.

Как прямо указал заявитель, в каких-либо организационных, гражданско-правовых и иных отношениях оно с ООО «Цифровые системы» не состоит, а также не является рекламодателем рассматриваемой рекламы и не давало согласия на использование его фирменного наименования в тексте такой рекламы.

Таким образом, распространенная с 23.07.2019 по 07.10.2019 в поисковых системах Яндекс, Mail.ru, Rambler через сервис «Яндекс. Директ» следующей рекламы: «Hot WiFi: № 1 среди гостевых WiFi/hot-wifi.ru. Hot-wifi.ru > нпо аналитики»; «Hot WiFi: № 1 среди гостевых WiFi/hot-wifi.ru. Hot-wifi.ru/ooo нпо аналитика» содержит нарушение пункта 1 части 2, пунктов 1, 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в недобросовестной рекламе, содержащей некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте

товарами других производителей, а также недостоверной рекламе, содержащей не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, о лице, оказывающем услугу.

Таким образом, при распространении спорной рекламы установлено нарушение пункта 1 части 2, пунктов 1, 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе. Ответственность за нарушение пункта 1 части 2, пунктов 1, 20 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 представленными в материалы дела документами, спорная реклама в поисковых системах Яндекс, Mail.ru, Rambler размещалась с использованием системы контекстной рекламы «Яндекс. Директ» на основании следующих договоров:

- договора № ИНДЕКС\_Д\_2018/2603 от 25.12.2018, заключенного между ООО «Рамблер Интернет Холдинг» и ООО «Яндекс»;
- договора № 42/21-2 от 05.04.2018 заключенного между ООО «Мэйл.Ру» и ООО «Яндекс»;
- договора возмездного оказания услуг № 199217/19 от 01.03.2019, заключенного между ООО «Яндекс» и ООО «АРВМ»;
- договора оказания услуг № а684 от 01.12.2014, заключенного между ООО «АРВМ» и ООО «Профитатор»;
- договора оказания услуг № 24949 от 27.06.2019 (далее — Договор) и дополнительного соглашения к нему № 1 от 27.06.2019 (далее — Дополнительное соглашение), заключенного между ООО «Профитатор» и ООО «Цифровые системы».

В части оценки обстоятельств того, кем было определено содержание спорной рекламы, установлено следующее.

Согласно пункту 1.1 Договора ООО «Профитатор» обязуется оказывать, а ООО «Цифровые системы» обязуется принимать и оплачивать консультационные услуги, согласованные сторонами в Приложении № 1 к Договору, а также иные услуги, согласованные в Дополнительных соглашениях к Договору.

Согласно пункту 2.1 Дополнительного соглашения ООО «Профитатор» оказывает ООО «Цифровые системы» услуги по размещению рекламных материалов и управлению рекламными кампаниями ООО «Цифровые системы» на рекламных площадках в сети Интернет, в том числе на Интернет-ресурсах третьих лиц, с учетом стоимости и правил формирования цены, установленных указанными третьими лицами и/или специально согласованных сторонами, а ООО «Цифровые системы» обязано принять и оплатить указанные услуги.

Согласно пункту 3.1.1 Дополнительного соглашения ООО «Цифровые системы» обязуется предоставить ООО «Профитатор» рекламные материалы, готовые к размещению и в виде, соответствующем требованиям интернет-ресурсов, на которых предполагается размещение указанных рекламных материалов. Способ передачи рекламных материалов согласовывается сторонами в рабочем порядке, в т.ч. посредством электронной почты.

В силу пункта 3.1.5 Дополнительного соглашения ООО «Цифровые

системы» обязуется по требованию ООО «Профитатор» предоставить лицензии/разрешения/свидетельства и иные письменные подтверждения правомерности использования ООО «Цифровые системы» объектов интеллектуальной собственности средств индивидуализации.

В соответствии с пунктами 3.2.3 и 3.2.4 Дополнительного соглашения ООО «Профитатор» проводит техническую экспертизу предоставленных ООО «Цифровые системы» рекламных материалов и производит согласованное сторонами размещение рекламы на рекламных местах.

В силу пункта 6.4 Дополнительного соглашения ООО «Цифровые системы» самостоятельно в полном объеме несет ответственность за соответствие содержания рекламных материалов требованиям законодательства

Российской Федерации.

Ввиду того, что ООО «Цифровые системы» на заседании Комиссии сообщило о том, что не разрабатывало содержание спорной рекламы, поскольку имело для этого подрядчика, оказывающего данные услуги «под ключ», а ООО «Профитатор» возражало против заявленных доводов, Комиссией у сторон по делу были запрошены дополнительные документы и сведения относительно процесса согласования спорной рекламы, по результатам изучения которых установлено следующее.

Для согласования условий размещения рассматриваемой рекламы от ООО «Цифровые системы» и ООО «Профитатор» были выделены сотрудники, которые взаимодействовали посредством электронной переписки и обмена документами в приложениях WhatsApp, Telegram и GoogleDocs.

09.07.2019 от ООО «Профитатор» в лице <...> к

ООО «Цифровые системы» в лице Трофима Калинина поступил запрос на согласование ключевых слов, в ответ на который <...> сообщил, что не увидел конкурентные запросы, на что поступил ответ «спасибо, по конкурентам дополним, комментарии учтем», в связи с чем ООО «Профитатор» соответствующие позиции «нпо аналитика» и «нпо аналитики» были добавлены.

12.07.2019 <...> сообщила «<...>, я правильно понимаю, с комментариями по РК вы закончили? А вы вторую вкладку видели с текстами? По ним все ок?», на что от <...> поступило сообщение «Да. Для старта да, по любому в дальнейшем будем редактировать».

22.07.2019 <...> сообщила «<...>, давайте отпишусь по срокам задач, которые на нашей стороне: РК по конкурентам запустим завтра..», на что от контакта «Vitaly Hot WiFi» поступил ответ «ок».

Таким образом, ООО «Профитатор» настаивает на том, что размещение рекламных материалов происходило по согласованию и инициативе ООО «Цифровые системы», какой-либо информации ООО «Профитатор» самостоятельно не добавляло.

Вместе с тем, Комиссия, оценивая представленные в материалы дела письменные доказательства, не имеет достаточных оснований полагать, что

спорная реклама в том содержании, в котором была распространена в сети Интернет, была разработана и утверждена только в результате действий ООО «Цифровые системы».

Как следует из материалов дела, ООО «Цифровые системы»

действительно согласовывало рассматриваемые рекламные макеты, которые

были предложены ООО «Профитатор».

Однако из представленной переписки физических лиц объективно не следует, какие конкретно действия ООО «Профитатор» были одобрены ООО «Цифровые системы», равно как она не подтверждает, кем был разработан текст рекламы, кто посчитал необходимым добавить спорные формулировки в рекламу, и чьей резолюцией такой текст был одобрен в конечном счете.

Обратное также не следует и из положений Договора, которым формально предусмотрена ответственность ООО «Цифровые системы» за соответствие рекламных материалов требованиям законодательства Российской Федерации, поскольку имеющиеся в материалах дела доказательства свидетельствуют о том, что рассматриваемая реклама была размещена в сети Интернет в результате взаимных действий обоих Обществ.

Согласно части 6 статьи 3 Закона о рекламе рекламопроизводителем является лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

В силу части 8 статьи 38 Закона о рекламе рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в частях 6 и 7 настоящей статьи, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

На основании изложенного Комиссия приходит к выводу, что рекламодателем спорной рекламы является ООО «Цифровые системы», а ООО «Профитатор»

ввиду

изложенных

обстоятельств

признается

рекламопроизводителем, поскольку в данном случае не предприняло достаточных действий для соблюдения законодательства Российской Федерации о рекламе и согласования текста рекламы надлежащего характера.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России в действиях ООО «Цифровые системы» и ООО «Профитатор» при распространении в период с 23.07.2019 по 07.10.2019 в поисковых системах Яндекс, Mail.ru, Rambler через сервис «Яндекс. Директ» следующей рекламы: «Hot WiFi: № 1 среди гостевых WiFi/hot-wifi.ru. Hot-wifi.ru > нпо аналитики»; «Hot WiFi: № 1 среди гостевых WiFi/hot-wifi.ru. Hot-wifi.ru/ooo нпо аналитика», установлено нарушение пункта 1 части 2, пунктов 1, 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

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.

10  
Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пускай и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения



реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

Также, в дело не представлено документальных доказательств невозможности продолжения распространения рассматриваемой рекламы, а равно подтвержденной информации о прекращении действия либо расторжении договоров, гражданско-правовых отношений или иных внутренних актов, на основании которых рассматриваемая реклама размещалась.

Предписание само по себе направлено на устранение нарушений, выявленных при рассмотрении конкретного дела, не является мерой ответственности стороны, исходит из выбранного уполномоченным органом способа защиты общественных отношений, исходя из положений Закона о рекламе, а также законных прав потребителей, конкурентов и иных заинтересованных лиц.

На основании изложенного Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи ООО «Цифровые системы» и ООО «Профитатор» предписаний о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, ООО «Яндекс», ООО «Рамблер Интернет Холдинг», ООО «Мэйл.Ру», ООО «АРВМ» предписаний о прекращении размещения рекламы с нарушением требований законодательства Российской Федерации о рекламе.

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 РЕШИЛА:

1. Признать ООО «Цифровые системы» и ООО «Профитатор» нарушившими требования пункта 1 части 2, пунктов 1, 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе при распространении в период с 23.07.2019 по 07.10.2019 в поисковых системах Яндекс, Mail.ru, Rambler через сервис «Яндекс. Директ» следующей рекламы: «Hot WiFi: № 1 среди гостевых WiFi/hot-wifi.ru. Hot-wifi.ru > нпо аналитики»; «Hot WiFi: № 1 среди гостевых WiFi/hot-wifi.ru. Hot-wifi.ru/ooo нпо аналитика», которая является недобросовестной рекламой, содержащей некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в

обороте товарами других производителей, а также недостоверной рекламой, содержащей не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые

11  
произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, о лице, оказывающем услугу.

2. Выдать ООО «Цифровые системы» и ООО «Профитатор» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Выдать ООО «Яндекс», ООО «Рамблер Интернет Холдинг», ООО «Мэйл.Ру», ООО «АРВМ» предписания о прекращении распространения рекламы ООО «Цифровые системы» и ООО «Профитатор», содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

Председатель Комиссии

<...>a

Члены Комиссии

<...>a

<...>a