

**РЕШЕНИЕ**

**по делу № 077/05/5-17299/2020**

<...>

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «16» декабря 2020 г.

В полном объеме решение изготовлено «\_\_\_» января 2021 г.

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: <...>,

членов Комиссии: <...>, <...>,

рассмотрев дело № 077/05/5-17299/2020, возбужденное в отношении <...> по признакам нарушения пункта 4 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении в период с 30.05.2020 по 01.06.2020 года в системе «Яндекс.Директ» рекламы «Осаго за 990р.!» следующего содержания:

«Содействие в подборе финансовых услуг/организаций / Полис ОСАГО / Подберем выгодные условия ОСАГО у любой страховой компании. В любом районе Москвы! / Страховые компании / Мойка / Юридические лица / ОСАГО за 990 руб./ Узнать больше / [straxofka.ru](http://straxofka.ru)».

в отсутствие представителя ООО «Яндекс», <...> (уведомлен надлежащим образом),

**УСТАНОВИЛА:**

Дело № 077/05/5-17299/2020 возбуждено в отношении <...> на основании заявления физического лица по факту распространения в период с 30.05.2020 по 01.06.2020 посредством СМС-сообщения, рекламы следующего содержания:

«Содействие в подборе финансовых услуг/организаций / Полис ОСАГО / Подберем выгодные условия ОСАГО у любой страховой компании. В любом районе Москвы! / Страховые компании / Мойка / Юридические лица / ОСАГО за 990 руб./ Узнать больше / [straxofka.ru](http://straxofka.ru)».

В рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения пункта 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в распространении недостоверной рекламы относительно предлагаемой цены товара.

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.

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.

Согласно представленным в материалы дела документам и сведениям в системе Яндекс.Директ распространялась спорная реклама следующего содержания: «Содействие в подборе финансовых услуг/организаций / Полис ОСАГО / Подберем выгодные условия ОСАГО у любой страховой компании. В любом районе Москвы! / Страховые компании / Мойка / Юридические лица / ОСАГО за 990 руб./ Узнать больше / [straxofka.ru](http://straxofka.ru)».

Резюмируя изложенное, рассматриваемая информация распространялась неопределенному кругу лиц, исходя из способа распространения и содержания, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (финансовых услуг), а следовательно является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе. Рекламный характер рассматриваемой информации лицом, участвующим в деле, не отрицается.

Согласно пункту 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.

Распространенная реклама содержит информацию о том, что полис ОСАГО можно приобрести на сайте [straxofka.ru](http://straxofka.ru) за 990 рублей.

Однако при переходе по ссылке на сайт [straxofka.ru](http://straxofka.ru) размещена иная информация относительно стоимости полиса ОСАГО. Согласно представленным заявителем скриншотам указанная в рекламе сумма в размере 990 рублей является лишь выгодой от общей цены полиса.

Таким образом, распространенная в сети Интернет реклама содержит признаки нарушения пункта 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в распространении недостоверной рекламы относительно размера скидки на товар.

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

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

Рекламодателем рассматриваемой рекламы, а равно лицом, которое несет ответственность за рассматриваемое правонарушение, является <...> Указанные обстоятельства обществом не оспариваются.

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (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 47 Правил при добровольном устранении лицом (лицами) совершенного

нарушения антимонопольный орган вправе не выдавать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Из материалов дела следует, что спорная реклама распространялась в период с 30.05.2020 по 01.06.2020, а равно в настоящее время такая реклама не распространяется.

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 <...> рекламы с нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе заявитель не лишен возможности подать в антимонопольный орган новое заявление.

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:

Признать <...> нарушившим требования пункта 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе при распространении в системе Яндекс.директ недостоверной рекламы относительно предлагаемой цены товара.

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

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>

Исп. <...>