ПАО «Группа Компаний ПИК»

Баррикадная ул., д. 19, стр. 1,

г. Москва, 123242

info@pik.ru

ООО «АРВМ»

115280, г. Москва, Ленинская
слобода, д. 19/1

kirill@arwm.ru

buh@arwm.ru

stas@arwm.ru

ООО «Айтаргет»

Ленинский пр-т, д. 6, стр. 20,

г. Москва, 119049

Космодамианская наб., д. 52, стр.
10,

г. Москва, 115054

а/я 622, г. Москва, 119049

Facebook Ireland Limited

Hanover Reach, 5-7 Hanover Quay,
Dublin, Ireland

РЕШЕНИЕ

по делу № 3-28-40/77-19

«04» сентября 2019 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: <...>,

членов Комиссии: <...>, <...>,

рассмотрев дело № 3-28-40/77-19 по факту распространения ПАО «Группа компаний ПИК» в социальной сети «Facebook» с 10.12.2018 по 17.12.2018 рекламы: «Надоела серость за окном? В нашем жилом комплексе из окон открываются панорамные виды на Москва-Сити! Оставьте заявку, и менеджер расскажет вам больше о проекте! 5 мин. до м. «Фили»; Четыре детских сада, три школы, детская и взрослая поликлиники; Подземный паркинг, Собственная благоустроенная набережная; ПИК-Такси: мы бесплатно довезём вас до офиса продаж и обратно! Западный порт; Повышение цен с 17 декабря; получить предложение», содержащей признаки нарушения пункта 7 статьи 7, части 7 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе),

в присутствии представителя ПАО «Группа Компаний ПИК» в лице Власовой Н.Г. (по доверенности № 77AB9192619 от 25.09.2018); ООО

«Айтаргет» в лице <...>. (по доверенности б/н от 10.06.2019); Facebook Ireland Limited в лице <...> (по доверенности б/н от 06.08.2019)

в отсутствие представителя ООО «АРВМ» (уведомлено надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-28-40/77-19 возбуждено по результатам рассмотрения заявления физического лица, а также материалов по факту размещения рекламы, содержащей признаки нарушения Закона о рекламе, а именно рекламы жилого комплекса «Западный порт», содержащей признаки нарушения пункта 7 статьи 7 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы, в которой не допускается реклама товаров, на производство и (или) реализацию которых требуется получение лицензий или иных специальных разрешений, в случае отсутствия таких разрешений, а также части 7 статьи 28 Закона о рекламе, объектом которой является жилой комплекс, реализация объектов в котором связана с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости в отсутствии информации об источнике проектной декларации.

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, выслушав доводы сторон, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе рекламой является 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе объектом 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 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 содержала следующую информацию: «Надоела серость за окном? В нашем жилом комплексе из окон открываются панорамные виды на Москва-Сити! Оставьте заявку, и менеджер расскажет вам больше о проекте! 5 мин. до м. «Фили»; Четыре детских сада, три школы, детская и взрослая поликлиники; Подземный паркинг, Собственная благоустроенная набережная; ПИК-Такси: мы бесплатно доведем вас до офиса продаж и обратно! Западный порт; Повышение цен с 17 декабря; получить предложение», а также изображение жилого комплекса, сопровождающегося наименованием «Западный порт».

Исходя из содержания целью размещения указанных сведений является привлечение внимания потребителей к жилому комплексу «Западный порт».

Как было указано выше, одним из основных признаков рекламы является ее направленность на неопределенный круг лиц.

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.

Реклама размещалась в социальной сети «Facebook» в формате контекстной рекламы. Таким образом, установлено, что место и способ распространения рассматриваемой рекламы является общедоступным для неопределенного круга лиц потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по территории его распространения и кругу лиц-потребителей рекламы, Комиссией Московского УФАС России не установлено, а сторонами по делу не сообщено.

Резюмируя изложенное, рассматриваемая информация содержит объект рекламирования, распространялась неопределенному кругу лиц и, исходя из содержания, направлена на привлечение внимания потребителей к товару, а следовательно, является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе.

Указанные обстоятельства лицами, участвующими в деле, не оспариваются.

В силу части 2 статьи 19 Федерального закона «Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» в том случае, если привлечение денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирного дома и (или) иного объекта недвижимости осуществляется с помощью производства, размещения и распространения рекламы, связанной с таким привлечением денежных средств, проектная декларация публикуется застройщиком в средствах массовой информации и (или) размещается в информационно-телекоммуникационных сетях общего пользования (в том числе в сети Интернет).

В соответствии с частью 7 статьи 28 Закона о рекламе реклама, связанная с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, должна содержать сведения о месте размещения проектной декларации, предусмотренной федеральным законом, фирменное наименование (наименование) застройщика либо указанное в проектной декларации индивидуализирующее застройщика коммерческое обозначение. Реклама, связанная с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, может содержать коммерческое обозначение, индивидуализирующее объект (группу объектов) капитального строительства (в случае строительства многоквартирных домов - наименование жилого комплекса), если такое коммерческое обозначение (наименование жилого комплекса) указано в проектной декларации.

Таким образом, реклама, связанная с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, должна содержать сведения о месте и способах получения проектной декларации.

Также согласно пункту 26 Постановления пленума Высшего арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», реклама должна содержать указание на конкретный источник необходимой информации. Наличие у потребителей рекламы потенциальной возможности получить необходимую информацию, обратившись к рекламодателю по телефону, приведенному в рекламе, или при посещении его интернет-сайта не освобождает рекламодателя от исполнения обязанности,

предусмотренной частью 7 статьи 28 Закона о рекламе.

В настоящем случае в рекламе отсутствует информация об источнике проектной декларации, о фирменном наименовании (наименование) застройщика либо указанном в проектной декларации индивидуализирующем застройщика коммерческом обозначении.

Между тем ПАО «Группа Компаний ПИК» ссылается на то, что проектная декларация размещена на сайте rik.ru по проекту ЖК Западный порт. При нажатии на окно с надписью «Застройщик» происходит автоматический переход на сайт zarad-port.ru. По указанному адресу размещена информация о застройщике АО ПОРТ СИТИ.

Однако Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

Учитывая специфику размещения рекламы в сети Интернет, а также сложившуюся судебную и административную практику, необходимо отметить, что такая реклама при решении вопроса о наличии либо отсутствии нарушения рекламного законодательства должна рассматриваться в совокупности со страницей сайта в сети Интернет, на которую осуществляется переход пользователя (потребителя рекламы) при нажатии (клике) на такое рекламное объявление.

Рекламное объявление (баннер), размещенное в сети Интернет, представляет собой графическое изображение или текстовое сообщение небольшого размера, функцией которого является перевод пользователя на сайт лица, разместившего баннер. Сам баннер не может рассматриваться отдельно от сайта, на который он ведет, и не является сам по себе основанием для принятия лицом, его увидевшим, решения воспользоваться услугой либо приобрести товар. Фактически баннер, неразрывно связанный с сайтом, является частью того сайта, который открывается после «клика» на баннер, и не может рассматриваться в отрыве от самого сайта.

Между тем не смотря на то, что в тексте рекламы присутствует наименование рекламодателя «ПИК», в скриншоте рассматриваемой рекламы отсутствует какая-либо информация о возможности узнать подробности об объекте рекламирования, равно как и отсутствовали гиперссылки с переходом на сайт рекламодателя. Следовательно, чтобы ознакомиться с документацией относительно жилого комплекса, в том числе с информацией о застройщике, потребителю необходимо самостоятельно осуществить поиск данного сайта, после чего на самом сайте искать раздел, посвященный документации. Доказательств обратного в материалы дела не представлено.

Таким образом, Комиссия Московского УФАС России приходит к однозначному выводу, что, не смотря на доводы ПАО «Группа Компаний ПИК» в спорной рекламе отсутствовала какая-либо информация об источнике проектной декларации, информация о фирменном наименовании (наименование) застройщика либо указанном в проектной декларации индивидуализирующем застройщика коммерческом обозначении.

Также в рассматриваемой рекламе одним из объектов рекламирования является услуга «ПИК-Такси».

В соответствии с пунктом 7 статьи 7 Закона о рекламе, не допускается реклама товаров, на производство и (или) реализацию которых требуется получение лицензий или иных специальных разрешений, в случае отсутствия таких разрешений.

Между тем согласно пояснениям ПАО «Группа Компаний ПИК» услуга вызова такси доступна на сайте pik.ru и предоставляется на основании договора № 01-008/17 от 03.07.2017 года с ООО «Колтувизит». Предоставление услуги осуществляется за счет ПАО «Группа Компаний ПИК» посредством использования сервисов интернет-агрегаторов (мобильный сервис) callvisiti и Яндекс.такси. Деятельность по осуществлению пассажирских перевозок, оказывается водителями с использованием такого сервиса.

Таким образом, ПАО «Группа Компаний ПИК» не осуществляет деятельность по организации пассажирских перевозок, а равно не обязано оформлять разрешительную документацию в соответствии со статьей 9 Федерального закона от 21.04.2011 № 69-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», согласно которой деятельность по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории субъекта Российской Федерации осуществляется при условии получения юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем разрешения на осуществление деятельности по перевозке пассажиров и багажа легковым такси, выдаваемого уполномоченным органом исполнительной власти соответствующего субъекта Российской Федерации (далее - уполномоченный орган).

Таким образом, в рассматриваемой рекламе отсутствовали товары, на производство и (или) реализацию которых требуется получение лицензий или иных специальных разрешений, в случае отсутствия таких разрешений, в связи с чем в действиях ПАО «Группа Компаний ПИК», ООО «АРВМ», ООО «Айтаргет», Facebook Ireland Limited, ООО «АРВМ» отсутствуют признаки нарушения пункта 7 статьи 7 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение части 7 статьи 28 Закона о рекламе в соответствии с частями 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе, несет как рекламодаделец, так и рекламодатель.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона о рекламе рекламоделем признается 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 является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламодателем является лицо, осуществляющее фактическое доведение содержания объекта рекламирования до сведения потребителей.

Распространение данной рекламы осуществлялось на основании договоров, заключенных между ПАО «Группа Компаний ПИК» и ООО «АРВМ» № а846 от 09.07.2015; ООО «АРВМ» и ООО «Айтаргет» № 21/17/В от 01.03.2017; ООО «Айтаргет» и Noddington Technologies Limited № 02/18/В от 09.01.2018, которое в свою очередь заключило партнерское соглашение от 01.01.2017 с Facebook Ireland Limited, в соответствии с которым Noddington Technologies Limited представлено право размещения рекламы в социальной сети «Facebook» на основании заявок рекламодателей.

Как следует из условий соглашения, Facebook Ireland Limited продавала рекламные ресурсы на платформе Facebook компании Noddington Technologies Limited. В свою очередь, компания Noddington Technologies Limited продавала указанные рекламные ресурсы конечным рекламодателям напрямую или через субподрядчиков/посредником. В настоящем деле таковым является ООО «Айтаргет».

Для размещения заказов на рекламу с использованием сервисов Facebook рекламодатели в указанных правоотношениях используют систему самостоятельного создания рекламы (self-service Advertising System) либо непосредственно, либо через посредников.

По мнению Facebook Ireland Limited, такие рекламодатели и являются лицами, которые «распространяют» (то есть «размещают» или «публикуют») рекламу на платформе Facebook, будь то напрямую или через посредников. Так как Facebook лишь предоставляет платформу, на которой покупатели рекламы могут, действуя самостоятельно, распространять рекламу по своему усмотрению.

Между тем согласно условиям самостоятельного создания рекламы (далее — Условия) в пункте 2 Условий указано, что объявления должны соответствовать всем применимым законам, нормам и инструкциям, а также правилам Facebook. Несоблюдение которых может привести к различным последствиям, включая прекращение показа размещенной рекламы и удаление аккаунта.

Также согласно пункту 4 Условий Facebook получает оплату за каждый размещенный заказ рекламодателя.

Таким образом, Facebook Ireland Limited принимает активное участие в получении материальной выгоды при распространении на своей платформе рекламы, а равно несет ответственность за ее содержание, так как согласно пункту 3 Условий, Facebook в праве отклонять или удалять любую рекламу по любой причине, а следовательно принимает участие в выборе содержания рекламы.

Между тем Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу, что данная проверка была проведена без должной внимательности и осмотрительности рекламодателя.

В соответствии с документами, представленным в материалы дела, рекламодателем спорной рекламы является ПАО «Группа Компаний ПИК», что ПАО «Группа Компаний ПИК» не оспаривается.

Таким образом, лицом, определившим объект рекламирования, а равно рекламодателем рассматриваемой рекламы, является ПАО «Группа Компаний ПИК», а лицом, осуществившим непосредственное доведение рассматриваемой рекламы до неопределенного круга лиц, а равно ее рекламодателем, является Facebook Ireland Limited.

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.

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 ПАО «Группа Компаний ПИК», Facebook Ireland Limited, ООО «АРВМ», ООО «Айтаргет» предписаний о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

РЕШИЛА:

1. Признать Facebook Ireland Limited (место нахождения: Hanover Reach, 5-7 Hanover Quay, Dublin, Ireland), ПАО «Группа Компаний ПИК» (ОГРН 1027739137084, ИНН 7713011336) нарушившими часть 7 статьи 28 Закона о рекламе при распространении в социальной сети «Facebook» с 10.12.2018 по 17.12.2018 рекламы: «Надоела серость за окном? В нашем жилом комплексе из окон открываются панорамные виды на Москва-Сити! Оставьте заявку, и менеджер расскажет вам больше о проекте! 5 мин. до м. «Фили»; Четыре детских сада, три школы, детская и взрослая поликлиники; Подземный паркинг, Собственная благоустроенная набережная; ПИК-Такси: мы бесплатно довезём вас до офиса продаж и

обратно! Западный порт; Повышение цен с 17 декабря; получить предложение», без указания информации об источнике проектной декларации, о фирменном наименовании (наименование) застройщика либо указанном в проектной декларации индивидуализирующем застройщика коммерческом обозначении.

2 . Прекратить рассмотрение дела № 3-28-40/77-19 по признакам нарушения пункта 7 статьи 7 Закона о рекламе ввиду их отсутствия.

3 . Выдать Facebook Ireland Limited, ПАО «Группа Компаний ПИК» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

4. Выдать ООО «АРВМ» (ОГРН 1147746006320, ИНН 7725814962), ООО «Айтаргет» (ОГРН 1137746737072, ИНН 7706798634) предписания о прекращении участия в распространении рекламы с признаками нарушения части 7 статьи 28 Закона о рекламе.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, статьей 37 Закона о рекламе.

Председатель		<...>
Комиссии		<...>
Члены Комиссии	<...>	
	<...>	

Исполнитель: <...>