ООО «ЕПД»

125124, г. Москва, ул. Ямского поля 3-я, д. 24, эт. 3, пом. IX, ком. 48

shdzhanhotov@mail.ru

ООО «Юридический Холдинг «Архипов и партнёры»

129110, г. Москва, ул. Переяславская Б., д. 46, стр. 2, пом. I, ком. 14

<…>

РЕШЕНИЕ

по делу № 077/05/5 - 1038/2020

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «19» февраля 2020 г.

В полном объеме решение изготовлено «26» февраля 2020 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 № 077/05/5-1038/2020, возбужденное в отношении ООО «ЕПД» (ОГРН 1197746000407, ИНН 7714436853), ООО «Юридический Холдинг «Архипов и партнёры» (ОГРН 1187746460857, ИНН 7702431314), <…>, относительно распространения в период с 22.04.2019 по 03.09.2019 рекламы в сети Интернет в системе Яндекс.Директ следующего содержания: «*Прокуратура. Получить помощь онлайн!/прокуратура.центр-поддержки-населения.рф*», с признаками нарушения пунктов 2, 20 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении рекламы, содержащей недостоверные сведения относительно природы рекламируемой деятельности, а также о лице, оказывающем рекламируемые услуги,

в присутствии представителей ООО «ЕПД» в лице <…>, ООО «Юридический Холдинг «Архипов и партнёры» в лице <…>;

в отсутствие представителей <…>, ООО «Яндекс» (уведомлены надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 077/05/5-1038/2020 возбуждено в отношении ООО «ЕПД» (ОГРН 1197746000407, ИНН 7714436853), ООО «Юридический Холдинг «Архипов и партнёры» (ОГРН 1187746460857, ИНН 7702431314), <…> на основании заявления физического лица и материалов по факту распространения в период с 22.04.2019 по 03.09.2019 рекламы в сети Интернет в системе Яндекс.Директ рекламы следующего содержания:

«*Прокуратура. Получить помощь онлайн!/прокуратура.центр-поддержки-населения.рф*».

В рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения пунктов 2, 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы, содержащей недостоверные сведения относительно природы рекламируемой деятельности, а также о лице, оказывающем рекламируемые услуги.

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 «ЕПД» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 09.01.2019 за основным государственным регистрационным номером 1197746000407, ИНН 7714436853, КПП 771401001.

ООО «Юридический Холдинг «Архипов и партнёры» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 07.02.2018 за основным государственным регистрационным номером 1187746460857, ИНН 7702431314, КПП 770201001.

<…> является физическим лицом.

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 неком лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Рассматриваемая реклама распространялась в сети Интернет, а равно была доступна неограниченному кругу лиц-потребителей 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.

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 настоящем случае объектом рекламирования являются юридические услуги.

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

Согласно части 1 статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с пунктом 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

В соответствии с пунктом 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, не допускается реклама, которая содержит недостоверные сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого 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» (далее — Постановление Пленума ВАС РФ № 58), 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 ходе рассмотрения дела Комиссией Московского УФАС России установлено следующее.

Реклама содержит следующие фразы: «*Прокуратура.» «Получить помощь онлайн!*».

Из буквального прочтения вышеуказанных фраз следует, что рекламное объявление содержит в себе информацию о возможности граждан обратиться по указанному в объявлении сайте, на который осуществляется переход при нажатии (клике) на рекламу, в федеральные органы государственной власти, органы государственной власти субъекта федерации.

Таким образом, данная реклама побуждает потребителей думать, что при переходе на сайт прокуратура.центр-поддержки-населения.рф они попадут на официальный сайт Прокуратуры, осуществляющий деятельность по надзору за соблюдением Конституции Российской Федерации и исполнением законодательства Российской Федерации, где смогут сообщить о таких нарушениях.

Между тем, на сайте прокуратура.центр-поддержки-населения.рф размещена информация об оказании юридической помощи хозяйствующим субъектом, что не указано в рекламе.

Деятельность по оказанию юридических услуг осуществляется хозяйствующими субъектами, но не государственным органом, что также не указано в рекламе.

Таким образом, выражение «Получить помощь онлайн! Прокуратура.Центр-поддержки-населения» в спорной рекламе вводит потребителей в заблуждение относительно характера деятельности, осуществляемой на сайте прокуратура.центр-поддержки-населения.рф, а также относительно лиц, рассматривающих обращения граждан, предоставляющих разъяснения по вопросам защиты прав граждан.

Кроме того, 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.

Учитывая специфику распространения информации в сети Интернет, в том числе с использованием гиперссылок, по мнению Комиссии Московского УФАС России, при указанных обстоятельствах в спорной рекламе усматриваются признаки нарушения законодательства о рекламе, поскольку в совокупности сообщение, содержащееся в рекламе и представленная на сайте информация способны создать у потребителя устойчивое впечатление о возможности посредством сайта и телефонов (электронной формы заявки) обратиться в Прокуратуру.

В настоящем случае, в соответствии с представленными ООО «Яндекс» документами и сведениями, при нажатии на Рекламу пользователь (потребитель рекламы) переадресовывался на сайт прокуратура.центр-поддержки-населения.рф.

В соответствии с документами и сведениями ООО «Яндекс» установлено, что реклама размещалась на основании договоров, заключенных на условиях оферты с ООО «ЕПД», ООО «Юридический Холдинг «Архипов и партнёры», <…> материалах дела имеются счета на оплату и акты оказанных услуг с ООО «ЕПД», ООО «Юридический Холдинг «Архипов и партнёры», <…> за рассматриваемый период размещения рекламы.

Комиссия Московского УФАС России отмечает, что исходя из самой цели распространения рекламы, а именно ее направленность на привлечение внимания потребителей и на поддержание их интереса к объекту рекламирования, рассматривать такую рекламу необходимо с точки зрения ее восприятия обычными потребителями, не обладающими специальными знаниями в отдельных отраслях.

ООО «ЕПД» и ООО «Юридический Холдинг «Архипов и партнёры» представлены письменные пояснения, согласно которым слово «Прокуратура» является общеупотребляемым словом, а также при

переходе на сайте содержится вся информация о том, что сайт не является официальным сайтом Прокуратуры Российской Федерации.

Между тем Комиссией Московского УФАС России установлено следующее.

В соответствии с пунктом 1 статьи 1 Федерального закона от 17.01.1992 № 2202-1 «О прокуратуре Российской Федерации», Прокуратура Российской Федерации является единой федеральной централизованной системой органов, осуществляющих от имени Российской Федерации надзор за соблюдением Конституции Российской Федерации и исполнением законов, действующих на территории Российской Федерации.

Следовательно, в рассматриваемой рекламе используется официальное наименование государственного органа исполнительной власти, осуществляющего, в том числе, контроль за исполнением законов.

Таким образом, указание в рекламе на возможность оставить жалобы посредством обращения по телефону либо оставив заявку непосредственно через электронную форму на сайте, в совокупности с использованием наименования государственного органа, отвечающего за соответствующую сферу правоотношений, приводит к введению потребителей рекламы в заблуждение относительно природы получаемой помощи, а также относительно лица такую помощь осуществляющего. Исходя из изложенного, используемые в рекламе слова и фразы в совокупном восприятии с сайтом производят на потребителя впечатление о том, что посредством звонка по указанному телефонному номеру, либо оставления заявки в электронном виде, он обращается в государственный орган и его жалоба будет надлежащим образом рассмотрена.

Однако, описанными способами потребитель лишь оставляет заявку хозяйствующему субъекту, который может оказать ему правовую поддержку (платную либо бесплатную).

Кроме того, Комиссия особо отмечает, что само по себе рассмотрение жалоб граждан государственным органом с последующим принятием соответствующих мер воздействия (при выявлении нарушений законодательства Российской Федерации) является его исключительной компетенцией и не может осуществляться каким либо хозяйствующим субъектом.

Следовательно в данном случае потребители рекламы вводятся в заблуждение в отношении самой природы объекта рекламирования. То есть потребитель не только вводится в заблуждение относительно тех мер, которые будут приняты по его сообщению, но и в отношении лица, к которому обращается за помощью.

На основании изложенного Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о наличии в Рекламе нарушения пунктов 2, 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение пункта 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, в соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

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

Согласно представленным ООО «Яндекс» материалам, рекламодателями Рекламы являются ООО «ЕПД», ООО «Юридический Холдинг «Архипов и партнёры», <…>

Между тем, в Московское УФАС России ответчиками не представлено достаточных доказательств, направленных на соблюдение требований действующего законодательства о рекламе.

Учитывая изложенное, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам. Непосредственное доведение рассматриваемой рекламы осуществлялось посредством системы «Яндекс.Директ», а следовательно рекламораспространителем такой рекламы является ООО «Яндекс».

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 ООО «ЕПД», ООО «Юридический Холдинг «Архипов и партнёры», <…>, ООО «Яндекс» 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 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ООО «ЕПД» (ОГРН 1197746000407, ИНН 7714436853), ООО «Юридический Холдинг «Архипов и партнёры» (ОГРН 1187746460857, ИНН 7702431314), <…> нарушившими требования пунктов 2, 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе при распространении в период с 22.04.2019 по 03.09.2019 рекламы в сети Интернет в системе Яндекс.Директ следующего содержания: «*Прокуратура. Получить помощь онлайн!/прокуратура.центр-поддержки-населения.рф*», содержащей недостоверные сведения относительно природы рекламируемой деятельности, а также о лице, оказывающем рекламируемые услуги.
2. Выдать ООО «ЕПД», ООО «Юридический Холдинг «Архипов и партнёры», <…> предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Выдать ООО «Яндекс» предписание о прекращении участия в распространении рекламы с нарушением требований законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

Председатель Комиссии <…>

Члены Комиссии <…>

<…>

Исполнитель: <…>