

## РЕШЕНИЕ

по делу № 077/05/28-3178/2021

г. Москва

Резолютивная часть оглашена «13» апреля 2021 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе (далее — Комиссия Московского УФАС России) в составе:

председателя Комиссии: <...>а,

членов Комиссии: <...>ой, <...>ой,

рассмотрев дело № 077/05/28-3178/2021 по признакам нарушения Google LLC (зарегистрировано в США (штат Калифорния) за номером 201727810678, дата регистрации 10.05.2017, место нахождения: 1600 Amphitheatre Parkway Mountain View, CA94043) пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5, пункта 7 статьи 7, части 14 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении в системе Google AdWords в феврале 2020 года рекламы компании eToro (Europe) Ltd следующего содержания: *«eToro – крупнейшая в мире / платформ социального...более 12 миллионов человек во всем мире открыли для себя успешные инвестирования с eToro.*

*Акция.нефт.крипто.облигация.валюта.золото. Услуги: 100% акций при 0% комиссии, 24/7 служба поддержки. Копи-трейдинг...»,* 16.03.2021 рекламы следующего содержания: *«eToro.com – eToro – Sign Up Today...»,*

в присутствии представителей: Google LLC в лице <...>, <...> (по доверенности № б/н от 31.01.2020), ООО «Гугл» в лице <...> (по доверенности № б/н от 09.01.2020), <...> (по доверенности № б/н от 01.10.2020), СРО АФД в лице <...> (на основании приказа № АФД/ДГ/160328/1 от 28.03.2016), <...> (по доверенности № АФД/ДВ/210301/1 от 01.03.2021),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 077/05/28-3178/2021 возбуждено Московским УФАС России на основании заявления СРО АФД в отношении Google LLC по факту распространения в системе Google AdWords в феврале 2020 года рекламы компании eToro (Europe) Ltd следующего содержания: «eToro – крупнейшая в мире / платформ социального...более 12 миллионов человек во всем мире открыли для себя успешные инвестиции с eToro. Акция.нефт.крипто.облигация.валюта.золото. Услуги: 100% акций при 0% комиссии, 24/7 служба поддержки. Копи-трейдинг...», 16.03.2021 рекламы следующего содержания: «eToro.com – eToro – Sign Up Today...».

Факт размещения рассматриваемой рекламы в сети Интернет не отрицается лицами, участвующими в деле, подтверждаются скриншотами заявителя.

Согласно письменным объяснениям Google LLC данное лицо не согласно с рассмотрением в рамках одного дела вышеуказанных рекламных объявлений исходя из того, что они распространялись в разный временной интервал, не являются идентичными по содержанию, в связи с чем их совместное рассмотрение не будет способствовать более полному, всестороннему и объективному рассмотрению.

Согласно пункту 33 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922 (далее — Правила) антимонопольный орган обязан принимать все предусмотренные законодательством Российской Федерации и настоящими Правилами меры для всестороннего, полного и объективного выяснения всех обстоятельств дела.

Согласно пункту 36 Правил антимонопольный орган вправе по ходатайству лиц, участвующих в деле, или по собственной инициативе объединить в одном производстве 2 дела и более, а также выделить в отдельное производство одно или несколько дел, если это будет способствовать полному, всестороннему и объективному их рассмотрению.

Заявителем в материалы дела представлены документально подтвержденные сведения о распространении в марте 2021 года в системе Google AdWords рекламы компании eToro (Europe) Ltd. При этом, принимая различное текстовое содержание указанных реклам, Комиссия исходила из одинакового объекта рекламирования, а также территории распространения — Российская Федерация. В данном случае, учитывая, что рекламируются услуги организации, не имеющей

лицензии для осуществления деятельности на территории России, представляется целесообразным оценить ее содержание в рамках возбужденного дела и принять меры по прекращению ее распространения в целом.

В рассматриваемом случае подтверждено, что рекламировались услуги одной и той же компании, на одной рекламной площадке и на одной территории, в связи с чем рассмотрение рекламы «*eToro.com – eToro – Sign Up Today...*» в рамках отдельного дела могло привести к затягиванию процедуры рассмотрения дела и ограничению возможности антимонопольного органа пресечь распространение ненадлежащей рекламы.

В этой связи Комиссия приходит к выводу о принятии правомерного решения по приобщению к рассмотрению в рамках данного дела также рекламы «*eToro.com – eToro – Sign Up Today...*», что было надлежащим образом описано и зафиксировано в определении О ПРОДЛЕНИИ СРОКА РАССМОТРЕНИЯ И ОБ ОТЛОЖЕНИИ РАССМОТРЕНИЯ ДЕЛА № 077/05/28-3178/2021 от 16.03.2021.

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.

Google LLC является иностранным юридическим лицом, зарегистрировано в США (штат Калифорния) за номером 201727810678, дата регистрации 10.05.2017, место нахождения: 1600 Amphitheatre Parkway Mountain View, CA94043.

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 распространяемая в системе в системе Google AdWords в феврале 2020 года рекламы компании eToro (Europe) Ltd следующего содержания: *«eToro – крупнейшая в мире / платформ социального...более 12 миллионов человек во всем мире открыли для себя успешные инвестирования с eToro. Акция.нефт.крипто.облигация.валюта.золото. Услуги: 100% акций при 0% комиссии, 24/7 служба поддержки. Копи-трейдинг...»*, 16.03.2021 рекламы следующего содержания: *«eToro.com – eToro – Sign Up Today...»*. Информация размещалась в сети Интернет, а следовательно, сведения были распространены широкому заранее неопределенному кругу лиц, на территории Российской Федерации.

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.

Рассматриваемая реклама содержит в себе следующие сведения:

*«eToro – крупнейшая в мире / платформ социального...более 12 миллионов человек во всем мире открыли для себя успешные инвестирования с eToro. Акция.нефт.крипто.облигация.валюта.золото. Услуги: 100% акций при 0% комиссии, 24/7 служба поддержки. Копи-трейдинг...»*, *«eToro.com – eToro – Sign Up Today...»*.

В соответствии с пунктом 2 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» под финансовой услугой понимается банковская услуга, страховая услуга, услуга на рынке ценных бумаг, услуга по договору лизинга, а также услуга, оказываемая финансовой организацией и связанная с привлечением и (или) размещением денежных средств юридических и физических лиц.

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.

В соответствии с документами и сведениями, представленными заявителем, при нажатии (клике) на рассматриваемую рекламу (на русском языке) происходил переход на страницу сайта в сети Интернет по адресу [content.etoro.com](http://content.etoro.com).

Указанная страница сайта содержит, в том числе следующие сведения:

*«Сеть социального трейдинга объединяет более 5 миллионов трейдеров со всего мира. Становитесь ее участником прямо сейчас, чтобы иметь возможность торговли сотнями глобальных активов, копирования других трейдеров и получения вознаграждений за копирование Ваших действий другими пользователями. Совершенствуйте трейдинг с помощью новых инструментов, предлагаемых платформой eToro...».*

Исходя из текста рекламы, а также страницы сайта, на которую происходил переход, объектом рекламирования являются услуги по торговле на рынке Форекс.

Forex — название международного межбанковского валютного рынка. В соответствии с частью 1 статьи 4.1 Федерального закон от 22.04.1996 № 39-ФЗ «О рынке ценных бумаг» (далее — Закон о рынке ценных бумаг), деятельностью форекс-дилера признается деятельность по заключению от своего имени и за свой счет с физическими лицами, не являющимися индивидуальными предпринимателями, не на организованных торгах:

- договоров, которые являются производными финансовыми инструментами, обязанность сторон по которым зависит от изменения курса соответствующей валюты и (или) валютных пар и условием заключения которых является предоставление форекс-дилером физическому лицу, не являющемуся индивидуальным предпринимателем, возможности принимать на себя обязательства, размер которых превышает размер предоставленного этим физическим лицом форекс-дилеру обеспечения;

- двух и более договоров, предметом которых является иностранная валюта или валютная пара, срок исполнения обязательств по которым совпадает, кредитор по обязательству в одном из которых является должником по аналогичному обязательству в другом договоре и условием заключения которых является предоставление форекс-дилером физическому лицу, не являющемуся индивидуальным предпринимателем, возможности принимать на себя обязательства, размер которых превышает размер предоставленного этим физическим лицом форекс-дилеру обеспечения.

Обязательным условием заключения таких договоров является предоставление форекс-дилером физическому лицу возможности принимать на себя обязательства, размер которых превышает размер предоставленного этим физическим лицом форекс-дилеру обеспечения (предоставлять «кредитное плечо»).

В соответствии с частью 1 статьи 3 Закона о ценных бумагах брокерской деятельностью признается деятельность по исполнению поручения клиента (в том числе эмитента эмиссионных ценных бумаг при их размещении) на совершение гражданско-правовых сделок с ценными бумагами и (или) на заключение договоров, являющихся производными финансовыми инструментами, осуществляемая на основании возмездных договоров с клиентом (далее - договор о брокерском обслуживании).

Вместе с тем, согласно статье 4 Закона о рынке ценных бумаг дилерской деятельностью признается совершение сделок купли-продажи ценных бумаг от своего имени и за свой счет путем публичного объявления цен покупки и/или продажи определенных ценных бумаг с обязательством покупки и/или продажи этих ценных бумаг по объявленным лицом, осуществляющим такую деятельность, ценам.

Таким образом, отличие дилерской деятельности от брокерской в том, что источником капитала для сделок с ценными бумагами для брокера являются средства клиента, а для дилера - собственные средства. Данная отличительная черта также присуща и деятельности форекс-дилера.

Участие физических лиц (трейдеров) на рынке Форекс возможно только с помощью посредников - специальных компаний. Сделки совершаются через механизм маржинальной торговли - клиентам предоставляется кредитная линия (или «кредитное плечо»), в несколько раз превышающая сумму внесенного депозита (маржу). Суть маржинальной торговли сводится к тому, что инвестор, размещая залоговый капитал, получает

возможность управлять целевыми кредитами, выделяемыми под этот залог, и гарантировать своим депозитом возможные потери под открытые валютные позиции.

На основании изложенного Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что при определении объекта рекламирования в данном случае следует руководствоваться не только прямым использованием в рекламе указания на деятельность рекламируемого субъекта на рынке Форекс, но и на саму суть рекламируемой деятельности, а именно подпадает ли такая деятельность по своему существу под понятие деятельности форекс-дилера, данное в статье 4.1 Закона о рынке ценных бумаг.

Согласно части 2 статьи 4.1 Закона о рынке ценных бумаг профессиональный участник рынка ценных бумаг, осуществляющий деятельность форекс-дилера, именуется форекс-дилером.

На основании изложенного объектом рекламирования в настоящем случае является финансовая услуга, а именно профессиональная деятельность на рынке ценных бумаг.

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.

В соответствии с частью 14 статьи 28 Закона о рекламе если оказание банковских, страховых и иных финансовых услуг или осуществление финансовой деятельности может осуществляться только лицами, имеющими соответствующие лицензии, разрешения, аккредитации либо включенными в соответствующий реестр или являющимися членами соответствующих саморегулируемых организаций, реклама указанных услуг или деятельности, оказываемых либо осуществляемой лицами, не соответствующими таким требованиям, не допускается.

В силу части 1 статьи 39 Закона о рынке ценных бумаг деятельность форекс-дилера осуществляется на основании специального разрешения — лицензии, выдаваемой Банком России. Кроме того, в соответствии с частью 2 статьи 4.1 Закона о рынке ценных бумаг, форекс-дилер вправе осуществлять свою деятельность только после вступления в саморегулируемую организацию в сфере финансового рынка, объединяющую форекс-дилеров, в порядке, установленном Федеральным законом от 13 июля 2015 года № 223-ФЗ «О саморегулируемых организациях в сфере финансового рынка».

Согласно информации со страниц вышеуказанного сайта, а также как

установлено Комиссией, компания eToro (Europe) Ltd осуществляет деятельность на территории Российской Федерации без соответствующей лицензии. Лицами, участвующими в деле, обратного не доказано.

В своих письменных пояснениях Google LLC возражало против квалификации рассматриваемой рекламы по части 7 статьи 7 Закона о рекламе, поскольку данная норма является общей, и наряду с ней в Законе о рекламе содержится специальное положение (часть 14 статьи 28 Закона о рекламе) относительно запрета рекламы услуг в отсутствие у лица разрешений и лицензий на их оказание, которая имеет приоритет перед общей нормой закона. В связи с чем, по мнению Google LLC, в данном случае нарушение должно быть квалифицировано только по части 14 статьи 28 Закона о рекламе.

В свою очередь, Комиссия, квалифицируя нарушение в рекламе по указанным статьям, исходит из особого отношения законодателя к защите потребителей рекламы от получения рекламы нелегальных товаров, работ, услуг, которое нашло свое отражение в положениях Закона о рекламе как о запрете нелегальных услуг в целом, так и нелегальных финансовых услуг в частности.

Более того, применительно к рассматриваемой рекламе, учитывая саму суть рекламируемых услуг, связанных с рынком форекс, на оказание которых у компании eToro (Europe) Ltd отсутствует лицензия, представляется правильным квалифицировать действия лиц, ее разместивших, в соответствии с запрещающими нормами Закона о рекламе, согласно которым нельзя распространять рекламу услуг, на оказание которых отсутствует разрешение.

Заявляя подобные доводы, Google LLC фактически стремится избавиться себя от ответственности, возложенной на него в соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе как на рекламодателя за нарушение пункта 7 статьи 7 Закона о рекламе. Учитывая, что в настоящем случае в качестве объекта рекламирования выступала финансовая деятельность на рынке форекс, квалификация нарушения именно по пункту 7 статьи 7 Закона о рекламе представляется правильной и неоспоримой, в том числе в связи с отсутствием специальной нормы Закона о рекламе, относящейся к данной сфере (по аналогии с частью 14 статьи 28 Закона о рекламе для финансовых услуг). Вместе с тем, с учетом смежности рекламируемой деятельностью с деятельностью на финансовом рынке, в том числе рынке Форекс, и тесную связь такой деятельности с валютой, Комиссия приходит к выводу, что дополнительная квалификация рассматриваемой рекламы по части 14 статьи 28 Закона о рекламе не является чрезмерной.



В этой связи, в целях установления баланса частных и правовых интересов, принятия всех возможных мер по защите потребителей рекламы от получения по факту запрещенного контента, квалификация рекламы по обеим статьям Закона о рекламе соответствует общим принципам и нормам законодательства Российской Федерации о рекламе.

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.

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» 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 «...крупнейшая в мире..платформа...» в отсутствие критериев указания таких характеристик напрямую противоречит вышеприведенной норме.

Из материалов заявления следует, что при клике на рекламу происходил переход на страницу сайта в сети Интернет по адресу [content.etofo.com](http://content.etofo.com), где какая-либо информация относительно использованного в рекламе утверждения «...крупнейшая в

*мире..платформа...» также отсутствовала.*

На основании изложенного, Комиссия приходит к выводу о наличии в рассматриваемой рекламе нарушения пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5, пункта 7 статьи 7, части 14 статьи 28 Закона о рекламе, исходя не из формального наименования тех или иных услуг в рекламе и на сайте, но и из самой сути предоставляемых услуг, которые в настоящем случае полностью подпадают под определение деятельности форекс-дилера.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, является ненадлежащей.

Таким образом, распространяемая в системе Google AdWords в феврале 2020 года реклама компании eToro (Europe) Ltd следующего содержания: *«eToro – крупнейшая в мире / платформ социального...более 12 миллионов человек во всем мире открыли для себя успешные инвестирования с eToro. Акция.нефт.крипто.облигация.валюта.золото. Услуги: 100% акций при 0% комиссии, 24/7 служба поддержки. Копи-трейдинг...»*, 16.03.2021 реклама следующего содержания: *«eToro.com – eToro – Sign Up Today...»*, является ненадлежащей.

В соответствии с частями 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 7 статьи 7 Закона о рекламе, несет ответственность как рекламодатель, так и рекламораспространитель; за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 2, пунктом 1 части 3 статьи 5, частью 14 статьи 28 Закона о рекламе, несет ответственность рекламодатель.

В соответствии с пунктами 5, 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламораспространителем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств; рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Комиссией Московского УФАС России установлено, что распространение рекламы в сети Интернет осуществлялось в системе Google AdWords.

Владельцем и администратором доменов [www.google.ru](http://www.google.ru) и [www.google.com](http://www.google.com), а также сайтов, адресуемых под данными доменными именами, является компания Google LLC. Права на информационную систему AdWords (сервис AdWords), обеспечивающую возможность

размещения рекламы в поисковой системе Google, также принадлежит компании Google LLC. Данная система управляется компанией Google LLC.

Компания Google Ireland Limited на неэксклюзивной основе предоставила ООО «Гугл» право перепродавать в Российской Федерации рекламное пространство.

Соответственно ООО «Гугл» является перепродавцом рекламного пространства, принадлежащего компании Google LLC, и осуществляет вспомогательные функции применительно к работе сервиса AdWords в Российской Федерации, ООО «Гугл» заключает договоры с клиентами сервиса AdWords, осуществляет клиентскую поддержку и т.д.

Технические настройки AdWords, процедуры фильтрации (модерации) рекламных объявлений, процедуры приостановки и блокировки доступа клиентов к сервису AdWords определяются компанией Google LLC.

Рекламное объявление клиента подлежит распространению посредством системы AdWords после того, как оно прошло проверку со стороны модерационных систем (технических «фильтров» и самообучающейся автоматической системы, а в случае выявления при фильтрации сомнительной рекламы — «ручной» проверки).

Таким образом, компания Google LLC, предоставляя сервис AdWords, и ООО «Гугл» осуществляют действия по распространению в поисковой системе Google рекламы финансовых услуг компании eToro (Europe) Ltd.

Соответственно рекламораспространителем рекламы финансовых услуг компании eToro (Europe) Ltd является компания Google LLC.

Согласно письменным пояснениям Google LLC лицо не располагает сведениям о том, кем было инициировано размещение рассматриваемой рекламы.

В этой связи, основания полагать, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является не Google LLC, а иное лицо, не имеется, доказательств обратного сторонами по делу не представлено.

На основании изложенного, Комиссия приходит к выводу о том, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является владелец сервиса Google AdWords — Google LLC.

На основании изложенного при распространении в системе Google AdWords в феврале 2020 года рекламы компании eToro (Europe) Ltd следующего содержания: *«eToro – крупнейшая в мире / платформ социального...более 12 миллионов человек во всем мире открыли для*

*себя успешные инвестирования с eToro.*

*Акция.нефт.крипто.облигация.валюта.золото. Услуги: 100% акций при 0% комиссии, 24/7 служба поддержки. Копи-трейдинг...», 16.03.2021 рекламы следующего содержания: «eToro.com – eToro – Sign Up Today...», в действиях Google LLC установлено нарушение пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5, пункта 7 статьи 7, части 14 статьи 28 Закона о рекламе.*

Согласно пункту 49 Правил, 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 Google LLC предписания 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 42-47 Правил, Комиссия Московского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать Google LLC нарушившим требования пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5, пункта 7 статьи 7, части 14 статьи 28 Закона о рекламе при распространении в системе Google AdWords в феврале 2020 года рекламы компании eToro (Europe) Ltd следующего содержания: «eToro – крупнейшая в мире / платформ социального...более 12 миллионов человек во всем мире открыли для себя успешные инвестирования с eToro. Акция.нефт.крипто.облигация.валюта.золото. Услуги: 100% акций при 0% комиссии, 24/7 служба поддержки. Копи-трейдинг...», 16.03.2021 рекламы следующего содержания: «eToro.com – eToro – Sign Up Today...».

2. Выдать Google LLC предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>а

<...>а