

ИГ/57565 от 02.12.2016

<...>

<...>

ООО «Селаникар»

127015, г. Москва,

ул. Бутырская, д. 76, стр. 1

<...>

<...>

ООО «Яндекс»

119021, г. Москва,

ул. Льва Толстого, д. 16

РЕШЕНИЕ

«18» октября 2016 г. 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 – И.С. Гудковой,

членов Комиссии – Н.С. Уваровой, В.Н. Никитухиной,

рассмотрев дело № 3-5-196/77-16, возбужденное в отношении <...> по факту распространения с 11.06.2016 по 12.07.2016 в системе «Яндекс.Директ» рекламы «Выкуп автомобилей. Выезд оценщика / buyavto77.ru / Выкупим автомобили

дорожке CarPrice! Срочный выкуп авто в Москве и МО; Контактная информация +7 (963) 684-45-46 пн-вс 9:00 — 19:00», с признаками нарушения пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении рекламы, содержащей некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, а также рекламы, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара (услуги) перед находящимися в обороте товарами

1 (услугами), которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами,

в присутствии представителя ООО «Селаникар» в лице <..>

(по доверенности № 139/16 от 03.03.2016),

в отсутствие ООО «Яндекс» (уведомлено надлежащим образом, заявлено ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие представителя), <...> (уведомлен надлежащим образом), <...> (уведомлен надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-5-196/77-16 возбуждено в отношении <...> на основании обращения физического лица по факту распространения с 11.06.2016 по 12.07.2016 в системе «Яндекс.Директ» рекламы «Выкуп автомобилей. Выезд оценщика / buyavto77.ru / Выкупим автомобили дорожке CarPrice! Срочный выкуп авто в Москве и МО; Контактная информация +7 (963) 684-45-46 пн-вс 9:00 — 19:00». В рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы, содержащей некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, а

также рекламы, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара (услуги) перед находящимися

в обороте товарами (услугами), которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

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

<...> (адрес электронной почты:<...>) является физическим лицом.

ООО «Селаникар» (адрес: 127015, г. Москва, ул. Бутырская, д. 76, стр. 1) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 26.03.2014 за основным государственным регистрационным номером 1147746325572, ИНН 7706807818, КПП 771701001.

ООО «Яндекс» (адрес: 119021, г. Москва, ул. Льва Толстого, д. 16) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 18.09.2002 за основным государственным регистрационным номером 1027700229193, ИНН 7736207543, КПП 770401001.

<...> (адрес: <...>), паспорт <...> <...>, является физическим лицом.

В период с 11.06.2016 по 12.07.2016 в системе «Яндекс.Директ»

2

распространялась реклама «Выкуп автомобилей. Выезд оценщика / buyavto77.ru / Выкупим автомобили дорожке CarPrice! Срочный выкуп авто в Москве и МО; Контактная информация +7 (963) 684-45-46 пн-вс 9:00 — 19:00».

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.

Реклама размещалась в сети Интернет, а именно в системе «Яндекс.Директ».

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, под объектом рекламирования понимается 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.

Спорная реклама содержала в себе следующие сведения: «Выкуп автомобилей. Выезд оценщика / buyavto77.ru / Выкупим автомобили дорожке CarPrice!

Срочный выкуп авто в Москве и МО; Контактная информация +7 (963) 684-45-46 пн-вс 9:00 — 19:00». Также данное объявление содержит пометку «реклама» и адрес сайта:

buyavto77.ru.

В настоящем случае, исходя из текста рекламы, объектом рекламирования выступает деятельность по продаже автомобилей.

На основании изложенного, спорное информационное сообщение является рекламой.

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

3

В данной рекламе усматриваются признаки нарушения пункта 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в некорректном сравнении рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Необходимо отметить, что под некорректным сравнением понимается сравнение, построенное с использованием неправильных логических операций таким образом, что его достоверность объективно не может быть ни подтверждена, ни опровергнута.

Например, некорректным может быть признано сравнение, которое основано на несопоставимых фактах, когда создается общее вводящее в заблуждение впечатление, при сравнении необъективных характеристик. В частности, такое сравнение имеет место тогда, когда делается вывод о сходстве либо превосходстве одного товара над другим, однако конкретные характеристики сравниваемых товаров не упоминаются.

Согласно пункту 9 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», необходимо учитывать, что при сравнении в рекламе собственных товаров с товарами конкурентов не допускаются сравнение, основанное на несопоставимых критериях, или неполное сравнение товаров, поскольку это искажает представление о рекламируемом товаре и не позволяет объективно оценить его свойства.

Понятие «несопоставимый» употребляется для обозначения двух переменных, не имеющих никакого общего измерения или стандарта сравнения. Установлено, что в рассматриваемой рекламе отсутствует указание на конкретный критерий, который может быть подтвержден или опровергнут объективными данными. Однако использование фразы «Выкупим автомобили дорожке CarPrice!» очевидно свидетельствует о наличии сравнения как такового. Таким образом, приведенное в спорной рекламе сравнение по своей форме некорректно, в нем не упоминаются параметры, достоверность которых не может быть объективно проверена.

На основании вышеизложенного Комиссией Московского УФАС России при распространении рассматриваемой рекламы установлен факт нарушения

пункта 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе.

Относительно наличия в рассматриваемой рекламе признаков нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в рекламе, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара (услуги) перед находящимися в обороте товарами (услугами), которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, Комиссией Московского УФАС России установлено следующее.

4

Согласно спорной рекламе с помощью сайта buyavto.ru продать авто возможно дороже, чем на CarPrice. Однако, как следует из пояснений ООО «Селиникар», а также иных документов и сведений, представленных в материалы

рассмотренного ранее Комиссией Московского УФАС России аналогичного дела № 3-5-17/77-16, CarPrice является онлайн-аукционом, где цены на продаваемые автомобили определяются участниками и могут меняться в зависимости от их интереса.

Таким образом, заранее достоверно определить, какую конкретно цену за автомобиль

можно получить, продав его через CarPrice, невозможно. Следовательно, невозможно

достоверно утверждать в рекламе, что кто-либо может купить автомобиль дороже, чем

на CarPrice, так как конечная цена за автомобиль будет определена только в момент

закрытия каждого конкретного аукциона и не является фиксированной.

На основании изложенного Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о наличии в рассматриваемой рекламе нарушения пункта 3 части 3 статьи

5

Закона о рекламе, в связи с тем, что изложенные в ней сведения невозможно подтвердить какими-либо доказательствами, такие доказательства в материалы дела

сторонами не представлены.

Таким образом, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о наличии в распространяемой в период с 11.06.2016 по 12.07.2016 в системе «Яндекс.Директ» рекламы «Выкуп автомобилей. Выезд оценщика / buyavto77.ru / Выкупим автомобили дороже CarPrice! Срочный выкуп авто в Москве и МО; Контактная информация +7 (963) 684-45-46 пн-вс 9:00 — 19:00» факта нарушения пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

В силу части 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных частями 2, 3 статьи 5 Закона о рекламе, несет рекламодатель. Часть 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственности рекламодателя за нарушение требований, установленных частями 2, 3 статьи 5 Закона о рекламе, не предусматривает.

Рекламодатель, в частности администратор сервиса «Яндекс.Директ» — ООО «Яндекс», не осуществляет составления рекламных объявлений. Непосредственное составление текстов объявлений, осуществляется именно третьими лицами — рекламодателями.

Спорная реклама распространялась в системе «Яндекс.Директ» на основании договора на оказание услуг по размещению рекламных материалов рекламодателя в сети Интернет, заключенного между ООО «Яндекс» и

рекламодателем на условиях Оферты на оказание услуг «Яндекс.Директ», размещенной в сети Интернет по адресу https://yandex.ru/legal/oferta_direct. Согласно пояснениям ООО «Яндекс», доступ к указанной форме для создания рекламной кампании рекламодателю предоставляется через клиентский веб-интерфейс после авторизации в качестве зарегистрированного пользователя Сайта Яндекс.ру. Заключение указанного договора осуществляется посредством акцепта Рекламодателем Оферты путем предварительной оплаты по Счету Услуг 5

Яндекс. В своих письменных пояснениях ООО «Яндекс» представил доказательство заключения договора на размещение рекламной информации в сервисе «Яндекс.Директ» в виде счетов, из которых представляется, что заказчиком оказываемых ООО «Яндекс» услуг является <...>

Согласно пункту 2.1 Оферты, предметом договора является возмездное оказание ООО «Яндекс» рекламодателю услуг «Яндекс.Директ» на условиях Оферты.

Кроме того, в письменных пояснениях ООО «Яндекс» указал, что в соответствии с условиями договора на оказание услуг по размещению рекламных материалов рекламодатель самостоятельно осуществляет подготовку и редактирование рекламной кампании, в том числе составление/изменение рекламных объявлений, подбор ключевых слов в соответствии с установленной формой в подразделе «Создать кампанию» сайта «Яндекс.Директ» или соответствующей прикладной программы. Таким образом, факт заключения договора между ООО «Яндекс» и <...> установлены в полном объеме.

Из вышеизложенного Комиссия Московского УФАС России делает вывод о том, что спорный текст рекламы предложен и согласован <...> Опровержения данному факту со стороны лиц, участвующих в деле, не представлено.

Также, в соответствии с пунктом 3.3 рассматриваемой Оферты, рекламодатель самостоятельно и в полном объеме несет предусмотренную законодательством ответственность как лицо, осуществившее с использованием предоставленных системой «Яндекс.Директ» возможностей приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму, и гарантирует соответствие составленных и предоставленных им для размещения ООО «Яндекс» рекламных объявлений всем требованиям действующего законодательства.

На основании изложенного и учитывая то обстоятельство, что размещение спорной рекламы в системе «Яндекс.Директ» в период с 11.06.2016 по 12.07.2016 осуществлялось в интересах и по заказу <...>, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что рекламодателем спорной рекламы является <...>, а равно несет ответственность за содержащиеся в ней нарушения в соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе.

Таким образом, в действиях <...> при распространении рекламы установлены факты нарушения пункта 1 части 2, пункта 1 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.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения

6
ненадлежащей рекламы (пусть 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 «Яндекс» и <....> предписания о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения Закона 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 Московского УФАС России.

РЕШИЛА:

1. Признать <...> нарушившим пункт 1 части 2, пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе в связи с распространением в системе «Яндекс.Директ» с 11.06.2016 по 12.07.2016 ненадлежащей рекламы «Выкуп автомобилей. Выезд оценщика / buyavto77.ru / Выкупим автомобили дорожке CarPrice! Срочный выкуп авто

в Москве и МО; Контактная информация +7 (963)-684-45-46 пн-вс 9:00 — 19:00».

2. Выдать ООО «Яндекс», <....> предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского УФАС России для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

7
Российской Федерации.

Председатель Комиссии И.С. Гудкова

Члены Комиссии Н.С. Уварова

В.Н. Никитухина

Исполнитель: В.Н. Никитухина, Тел: 8 (495) 784-75-05 (Доб. 167)

8