

ООО «Яндекс»

<...>

ООО «Клик.ру»

<...>

ООО «СК Сертификат»

<...>

ООО «Алид Гранит Трейд»

<...>

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ ПРОИЗВОДСТВА ПО ДЕЛУ № 077/05/7-1944/2022

«02» июня 2022 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 –<...>ой,

членов Комиссии – <...>ой, <...>ой,

рассмотрев дело № 077/05/7-1944/2022 по признакам нарушения ООО «Яндекс», ООО «Клик.ру», ООО «СК Сертификат», ООО «Алид Гранит Трейд» пункта 6 статьи 7 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении в период с 10.12.2020 по 20.12.2021 в системе «Яндекс.Директ» рекламы следующего содержания:

«Сертификат таможенного союза! Цены на сайте! Помощь в получении сертификатов. Гарантия сроков в договоре. Оплата по факту! Полный пакет документов. Оформление от 1 дня...»,

в отсутствие представителей ООО «Яндекс», ООО «Клик.ру», ООО «СК Сертификат», ООО «Алид Гранит Трейд» (уведомлены надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 077/05/7-1944/2022 возбуждено в отношении ООО «Яндекс», ООО «Клик.ру», ООО «СК Сертификат», ООО «Алид Гранит Трейд» на основании заявления Региональной общественной организации по защите прав потребителей «Рубеж»

относительно распространения в период с 10.12.2020 по 20.12.2021 в системе «Яндекс.Директ» рекламы: «Сертификат таможенного союза! Цены на сайте! Помощь в получении сертификатов. Гарантия сроков в договоре. Оплата по факту! Полный пакет документов. Оформление от 1 дня...». Установлено, что в составе рекламы была использована гиперссылка для перехода на сайт в сети Интернет по адресу <https://www.sk-sertifikat.ru/>.

В рассматриваемой рекламе были усмотрены признаки нарушения пункта 6 статьи 7 Закона о рекламе.

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, выслушав доводы лиц, участвующих в деле, 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 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), при рассмотрении дела антимонопольный орган знакомится с письменными и вещественными доказательствами по делу, заслушивает объяснения лиц, участвующих в деле, заключения экспертов, а также оглашает представленные в письменной форме объяснения и заключения.

Антимонопольный орган обязан принимать все предусмотренные законодательством Российской Федерации меры для всестороннего, полного и объективного выяснения всех обстоятельств дела.

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.

По смыслу законодательного определения рекламой считается та информация, которая, во-первых, была распространена, во-вторых, адресована неопределенному кругу лиц, в-третьих, направляет внимание и интерес на объект рекламирования, в-четвертых, имеет цель продвинуть объект рекламы на рынок. Иными словами, реклама призвана выделить рекламируемый объект из ряда других объектов и привлечь к нему внимание, а также побуждать лиц из числа неопределенного круга, среди которых распространялась реклама, обратиться

за приобретением товара.

Предметом рассмотрения настоящего дела является распространяемая в системе контекстной рекламы «Яндекс.Директ» информация: «Сертификат таможенного союза! Цены на сайте! Помощь в получении сертификатов. Гарантия сроков в договоре. Оплата по факту! Полный пакет документов. Оформление от 1 дня...». Информация размещалась в сети Интернет, а, следовательно, сведения были распространены широкому заранее неопределенному кругу лиц. Факт отнесения спорной информации к рекламе сторонами по делу не оспаривается.

Согласно пункту 6 статьи 7 Закона о рекламе не допускается реклама товаров, подлежащих обязательной сертификации или иному обязательному подтверждению соответствия требованиям технических регламентов, в случае отсутствия такой сертификации или подтверждения такого соответствия, а также работ или услуг по оценке (подтверждению) соответствия, в том числе по приему и рассмотрению документов, необходимых для выполнения указанных работ и (или) оказания услуг, осуществляемых лицами, не имеющими аккредитации в национальной системе аккредитации (в случае, если получение такой аккредитации предусмотрено законодательством Российской Федерации), либо аккредитованными лицами, но без указания наименования аккредитованного юридического лица или фамилии, имени и (если имеется) отчества аккредитованного индивидуального предпринимателя и уникального номера записи об аккредитации в реестре аккредитованных лиц.

Следовательно, пунктом 6 статьи 7 Закона о рекламе установлен запрет на распространение рекламы в тех случаях, когда оказание рекламируемых услуг осуществляется лицом, не имеющими аккредитации в национальной системе аккредитации, или в случае, если оказание рекламируемых услуг осуществляется аккредитованными лицами, но без указания в рекламе наименования такого лица и без указания уникального номера записи об аккредитации в реестре аккредитованных лиц.

В соответствии с пунктом 1 статьи 4 Федерального закона от 28.12.2013 № 412-ФЗ «Об аккредитации в национальной системе аккредитации» (далее Федеральный закон об аккредитации) аккредитацией в национальной системе аккредитации (далее также - аккредитация) является подтверждение национальным органом по аккредитации соответствия юридического лица или индивидуального предпринимателя критериям аккредитации, являющееся официальным свидетельством компетентности юридического лица или индивидуального предпринимателя осуществлять деятельность в определенной области аккредитации.

Пунктом 1 Положения о Федеральной службе по аккредитации, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 17.10.2011 № 845, уполномоченным федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции национального органа по аккредитации, является Федеральная служба по аккредитации (Росаккредитация).

В соответствии с пунктом 5 статьи 4 Федерального закона об аккредитации аккредитованным лицом является юридическое лицо независимо от организационно-правовой формы или индивидуальный предприниматель, получившие аккредитацию в порядке, установленном данным Федеральным

законом. Согласно пункту 1 части 2 статьи 13 Федерального закона об аккредитации аккредитованные лица имеют право осуществлять деятельность в соответствующей области аккредитации.

Согласно части 2 статьи 20 Федерального закона от 27.12.2002 № 184-ФЗ «О техническом регулировании» обязательное подтверждение соответствия осуществляется в формах: принятия декларации о соответствии; обязательной сертификации.

Согласно статье 2 Федерального закона от 27.12.2002 № 184-ФЗ «О техническом регулировании» сертификация - форма осуществляемого органом по сертификации подтверждения соответствия объектов требованиям технических регламентов, документам по стандартизации или условиям договора; сертификат соответствия - документ, удостоверяющий соответствие объекта требованиям технических регламентов, документам по стандартизации или условиям договоров.

Как было отмечено выше, реклама должна быть направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования. В данном случае объектом рекламирования выступают работы и услуги по оценке (подтверждению) соответствия.

Цель рекламы заключается в доведении до потребителя информации об объекте рекламирования, в том числе, информации необходимой в соответствии с законодательством Российской Федерации о рекламе.

Соответственно, в рекламе в виде баннеров (графических изображений) и текстового блока нет ограничений в донесении до потребителя информации, если в них присутствует гиперссылка (элементы, при нажатии на которые происходит переход на интернет-страницу/страницу скачивания приложения), на которой содержится информации о товарах. Потребитель рекламы может перейти по гиперссылке на определенную страницу сайта, но при этом не осуществлять последующий поиск на других сайтах.

Исходя и вышеизложенного, иные страницы, помимо страницы, на которую непосредственно осуществляется переход с рекламного объявления, не могут рассматриваться в совокупности с рекламой.

Таким образом, Комиссия Московского УФАС приходит к выводу, что оценивая рекламу в сети Интернет как взаимосвязанную (т. е. состоящую из самой рекламы и страницы сайта в сети Интернет, на которую пользователь переходит при клике (виртуальном нажатии) на рекламу), необходимо указать, что информация, размещенная на сайте, на который пользователь переходит при нажатии гиперссылки в тексте рекламы без последующего перехода на посторонние сайты, воспринимается как часть рекламы.

В связи с этим, Комиссия Московского УФАС России рассматривает рекламу как текстовый блок, размещенный в системе контекстной рекламы «Яндекс.Директ», в совокупности с Интернет-страницей <https://www.sk-sertifikat.ru>, на которую осуществляется переход при нажатии на гиперссылку.

В материалы заявления представлен скриншот Интернет-страницы <https://www.sk-sertifikat.ru> от 01.12.2021. Как следует из представленного скриншота, в сети

Интернет по адресу <https://www.sk-sertifikat.ru> была размещена в том числе следующая информация: «Помощь в оформлении сертификата таможенного союза...».

Из буквального толкования спорной рекламы в совокупности с содержанием Интернет-страницы <https://www.sk-sertifikat.ru> на момент 01.12.2021 следует, что при обращении по указанному объявлению потенциальный потребитель сможет получить помощь при оформлении сертификатов соответствия, а не услуги по сертификации и декларированию продукции.

Таким образом, по мнению Комиссии Московского УФАС России, в действиях ООО «Яндекс», ООО «Клик.ру», ООО «СК Сертификат», ООО «Алид Гранит Трейд» в данном случае отсутствуют признаки нарушения пункта 6 статьи 7 Закона о рекламе ввиду того, что в данном случае услуги по оценке (подтверждению) соответствия не были объектом рекламирования.

В соответствии с подпунктом «а» пункта 40 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922, рассмотрение дела подлежит прекращению антимонопольным органом в случае неподтверждения в ходе рассмотрения дела наличия фактов нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Резюмируя изложенное, по решению Комиссии Московского УФАС России дело № 077/05/7-1944/2022 подлежит прекращению.

На основании изложенного, руководствуясь пунктом 40 Правил,

РЕШИЛА:

Производство по делу № 077/05/7-1944/2022 в отношении ООО «Яндекс», ООО «Клик.ру», ООО «СК Сертификат», ООО «Алид Гранит Трейд» прекратить в связи с неподтверждением в ходе рассмотрения дела наличия фактов нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Председатель Комиссии

<...>a

<...>a

Члены Комиссии

<...>a