

АО «МаксимаТелеком»

125009, г. Москва,
Старопименовский пер., д. 10

РЕШЕНИЕ

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «17» декабря 2015 года.
В полном объеме решение изготовлено «29» декабря 2015 года.

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

председателя Комиссии – И.С. Гудковой,
членов Комиссии – П.В. Олейника, Н.С. Уваровой,

рассмотрев дело № 3-5-225/77-15 по признакам нарушения АО «МаксимаТелеком» части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от 29 декабря 2010 года № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (далее — Закон о защите детей от информации), без указания категории данной информационной продукции,

в присутствии представителя АО «МаксимаТелеком» в лице Прохорской А.Ю. (доверенность № 23092015-3 от 23.11.2015),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-5-225/77-15 возбуждено на основании обращении физического лица

(вх. № 22892 от 01.07.2015) относительно рекламы мобильного приложения «Gett Taxi; сверхбыстрая подача машины», содержащей признаки нарушения Закона о рекламе.

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.

АО «МаксимаТелеком» (адрес: 125009, г. Москва, Старопименовский пер., д. 10) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 25.11.2004 за основным государственным регистрационным номером 1047796902450.

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.

Макеты рассматриваемой рекламы содержали следующие сведения: изображение мобильных устройств с приложением «Gett taxi», предложение скачать данное приложение в App Store, а также надпись «Сверхбыстрая подача машины».

Исходя из содержания, целью размещения указанных сведений является привлечение внимания потребителей к программе для электронных вычислительных машин, а именно к приложению «Gett taxi».

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.

Спорная реклама распространялась при подключении к бесплатной беспроводной сети «wi-fi» в Московском Метрополитене. Данная реклама выводилась АО «Максима Телеком» самостоятельно при переходе пользователя на сайты иных лиц (в настоящем случае — woman.ru).

В соответствии с письменными пояснениями законного представителя АО «МаксимаТелеком», при подключении пользователя к беспроводной сети передачи данных пользователь попадает на страницу авторизации, а далее на сайт vmet.ro (или wi-fi.ru). Далее Пользователь, находясь в сети wi-fi Московского метрополитена, может перейти на любой другой сайт путем ввода его адреса в поисковой строке. При переходе на другой сайт прерывается сессия и всплывает межсессионный баннер в поддомене АО «МаксимаТелеком» - mds.wi-fi.ru. Если Пользователь кликает на межсессионный баннер, он переходит на сайт рекламодателя, а в случае, если закрывает рекламу или заканчивается время показа, сессия

возобновляется и Пользователь переходит на вводимый им сайт. В связи с вышесказанным пользователь видел рекламу в виде полноэкранного графического баннера при использовании бесплатной сети wi-fi Московского метрополитена при переходе с сайта vmet.ro на сайт woman.ru. Согласно Условиям пользования Услугой, являющимися публичной офертой, пользователем беспроводной сети передачи данных является любое совершеннолетнее физическое лицо, нуждающееся в услугах и имеющее техническую возможность их получать.

Таким образом, установлено, что просмотр спорной рекламы является общедоступным для неопределенного круга лиц потребителей рекламы, для этого достаточно иметь техническую возможность подключения к беспроводной сети передачи данных, то есть обладать мобильным устройством, поддерживающим функцию подключения к сети «wi-fi».

Резюмируя изложенное, рассматриваемая информация содержит объекты рекламирования, распространялась неопределенному кругу лиц при посещении ими различных сайтов в сети Интернет с использованием сети АО «Максима Телеком» и, исходя из содержания, направлена на привлечение внимания потребителей к объекту рекламирования, а следовательно, является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе.

АО «Максима Телеком» факт того, что рассматриваемая информация является рекламой, а равно распространена именно Обществом, не оспаривается.

Согласно части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе, не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Закона о защите детей от информации, без указания категории данной информационной продукции.

Согласно пункту 5 статьи 2 Закона о защите детей от информации, информационной продукцией являются предназначенные для оборота на территории Российской Федерации продукция средств массовой информации, печатная продукция, аудиовизуальная продукция на любых видах носителей, программы для электронных вычислительных машин (программы для ЭВМ) и базы данных, а также информация, распространяемая посредством зрелищных мероприятий.

В соответствии со статьей 1261 Гражданского Кодекса Российской Федерации, программой для ЭВМ является представленная в объективной форме совокупность данных и команд, предназначенных для функционирования ЭВМ и других компьютерных устройств в целях получения определенного результата, включая подготовительные материалы, полученные в ходе разработки программы для ЭВМ, и порождаемые ею аудиовизуальные отображения.

Согласно указанным в рекламе сведениям, с помощью приложения «Gett taxi» можно вызвать такси, указав адрес нахождения. В приложении отображается карта города, посредством виртуальной кнопки «я здесь» клиент подтверждает местоположение, определенное приложением автоматически, далее осуществляется вызов с возможностью выбрать класс автомобиля.

Таким образом, приложение «Gett taxi» по своей природе является программой для электронных вычислительных машин (программы для ЭВМ), а следовательно данный объект подпадает под понятие информационной продукции, установленное пунктом 5 статьи 2 Закона о защите детей от информации.

Между тем, установлено, что в рассматриваемой рекламе приложения «Gett taxi», распространенной АО «Максима Телеком» самостоятельно при переходе пользователя на сайты иных лиц (в настоящем случае — woman.ru), указание на категорию информационной продукции данного объекта отсутствует, что свидетельствует о

несоблюдении требований части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.

По мнению АО «МаксимаТелеком», в действиях общества отсутствует нарушение части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе в связи со следующим.

В соответствии с частью 10.1 статьи 5 Закона о рекламе, не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Закона о защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», без указания категории данной информационной продукции.

Указанное требование распространяется только на рекламу информационной продукции, и только такой информационной продукции, которая подлежит возрастной классификации.

В соответствии со статьей 2 Закона о защите информации, информация в сети Интернет подпадает под понятие информационной продукции.

Согласно пункту 6 части 4 статьи 11 Закона о защите детей от информации, оборот информационной продукции, содержащей информацию, предусмотренную статьей 5 данного закона, без знака информационной продукции не допускается, за исключением информации, распространяемой посредством информационно-телекоммуникационных сетей, в том числе сети «Интернет», кроме сетевых изданий.

Таким образом, по мнению Общества, возрастной классификации подлежит не любой сайт в сети Интернет, а только такой, который является сетевым изданием, то есть в силу статьи 2 Закона Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» зарегистрирован в качестве средства массовой информации.

По мнению АО «МаксимаТелеком», данное положение по аналогии распространяется на любую другую информационную продукцию (не только на сайты), размещаемую посредством сети «Интернет». Соответственно, в рекламе сайта, не зарегистрированного в качестве средства массовой информации, указывать категорию информационной продукции не требуется.

Кроме того, в настоящем случае сайт в сети Интернет является местом размещения рекламы, а не объектом рекламирования, что свидетельствует о неверном применении норм материального права АО «МаксимаТелеком».

Данный довод Общества Комиссией Московского УФАС России не может быть принят во внимание в связи с тем, что часть 4 статьи 11 Закона защиты детей от информации содержит закрытый перечень случаев когда оборот информационной продукции может осуществляться без знака информационной продукции, т. е. указанная норма является императивной.

Таким образом, отнесение на основании аналогии иных объектов, помимо прямо указанных в части 4 статьи 11 Закона защиты детей от информации, к объектам, оборот которых допускается без указания категории информационной продукции является недопустимым.

Комиссией Московского УФАС России установлено, что размещение спорной рекламы осуществлялось АО «Максима Телеком» самостоятельно при переходе пользователя беспроводной сети в Московском Метрополитене на сайт в сети Интернет по адресу woman.ru. Спорная реклама распространялась на основании договора № ЮН-140801-01/МТ14-021 оказания рекламных услуг от 07.08.2014, заключенного между АО «МаксимаТелеком» и ООО «Юнилид Нетворк». В соответствии с пунктом 2.1 рассматриваемого договора, АО «МаксимаТелеком» обязуется оказать ООО «Юнилид Нетворк» услуги по размещению рекламно-информационного модуля. Согласно

пункту 1.4 договора, под рекламно-информационным модулем понимается статичный (с неменяющимся изображением), либо анимированный, графический или тексто-графический прямоугольный, квадратный, либо иной формы блок информации, размещаемый на определяемых Исполнителем веб-страницах в сети Интернет и содержащий код переходы (гипертекстовую ссылку) на веб-сайт ООО «Юнилид Нетворк».

Согласно пункту 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.

На основании изложенного и принимая во внимание вышеизложенные обстоятельства распространения рассматриваемой рекламы, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что рекламодателем спорной рекламы является АО «МаксимаТелеком».

Согласно части 7 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных частью 10.1 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Таким образом, в действиях АО «МаксимаТелеком» при распространении рекламы приложения «Gett taxi» при переходе пользователя беспроводной сети в Московском Метрополитене на сайт в сети Интернет по адресу woman.ru установлен факт нарушения части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии с представленными АО «МаксимаТелеком» документами и сведениями, спорная реклама распространялась в период с 30.04.2015 по 23.07.2015. Таким образом, в материалах дела имеются достаточные доказательства прекращения распространения рекламы с нарушением части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу об отсутствии необходимости выдачи АО «МаксимаТелеком» 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 рекламу приложения «Gett taxi», распространенную АО «МаксимаТелеком» при переходе пользователя беспроводной сети в Московском Метрополитене на сайт в сети Интернет по адресу woman.ru, ненадлежащей в связи с нарушением требований части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.

2. Не выдавать АО «МаксимаТелеком» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского УФАС России для возбуждения 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 Российской Федерации, статьей 37 Закона о рекламе.

Председатель Комиссии

И.С. Гудкова

Члены Комиссии

П.В. Олейник

Н.С. Уварова

Исполнитель: Уварова Н. С., тел. 8 (495) 784-75-05 (доб. 159)