

ИГ/53961 от 16.11.2016

Компании Grand Capital

106 Premier Building, Victoria, Mahe

198095. г. Санкт-Петербург,
пр-т. Скачек, д. 8А

e.berestovaya@grandcapital.net

Yandex Europe AG
(Яндекс Европа АГ)

Werftstrasse 4, CityBay Business
Center, CH – 6005 Lucerne

ООО «Яндекс»

117021, г. Москва,
ул. Льва Толстого, д. 16

info@yandex-team.ru

АО «Инвестиционная компания
«ФИНАМ»

127006, г. Москва, пер.
Настасьинский, д. 7, стр. 2, комн. 33

РЕШЕНИЕ
по делу № 3-28-117/77-16

«18» октября 2016 года.

. 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) в составе: председателя Комиссии – И.С. Гудковой, членов Комиссии – П.В. Олейника, Н.С. Уваровой, рассмотрев дело № 3-28-117/77-16, возбужденное в отношении Компании Grand Capital, ООО «Яндекс» относительно распространения в период с 03.02.2016 по 11.05.2016 в системе «Яндекс.Директ» рекламы *«Как Финам, только*

функциональней! grandcapital.ru Депозит от 10\$! Инвестиции, Payback, VIP-бонус 500\$, партнерская программа!», в которой содержатся не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, а также отсутствует наименование или имя лица, оказывающего рекламируемые услуги или осуществляющего рекламируемую деятельность (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя и (если имеется) отчество),

в присутствии представителей ООО «Яндекс» в лице Филина А.М. (по доверенности № 65 от 30.03.2016), Леоновой Е.Д. (по доверенности № 165 от 09.08.2016); АО «Инвестиционная компания «ФИНАМ» в лице Терехина С.А. (по доверенности № ФИН/ДВ/160912/1 от 12.09.2016),

в отсутствие представителей Компании Grand Capital, Yandex Europe AG (Яндекс Европа АГ) (надлежащим образом уведомлены),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-28-117/77-16 возбуждено в отношении Компании Grand Capital, ООО «Яндекс» на основании обращения АО «Инвестиционная компания «ФИНАМ» (вх. № 17856 от 12.05.2016) по факту распространения в период с 03.02.2016 по 11.05.2016 в системе «Яндекс.Директ» рекламы *«Как Финам, только функциональней! grandcapital.ru Депозит от 10\$! Инвестиции, Payback, VIP-бонус 500\$, партнерская программа!»*, в которой содержатся не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, а также отсутствует наименование или имя лица, оказывающего рекламируемые услуги или осуществляющего рекламируемую деятельность (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя и (если имеется) отчество).

В рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5, части 1 статьи 28 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы, в которой содержатся не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимся в обороте товарами, которые произведены другими пользователями или реализуются другими продавцами, а также отсутствует наименование или имя лица, оказывающего рекламируемые услуги или осуществляющего рекламируемую деятельность (для юридического лица — наименование, для индивидуального предпринимателя — фамилию, имя и (если имеется) отчество).

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, выслушав доводы представителей ООО «Яндекс», АО «Инвестиционная компания «ФИНАМ», оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к

следующим выводам.

Компания Grand Capital является иностранным юридическим лицом, зарегистрированным в Республике Сейшельские Острова, адрес: 106 Premier Building, Mahe.

Yandex Europe AG (Яндекс Европа АГ) является юридическим лицом, созданным по законодательству Швейцарии, адрес: Citybay Business Center, Werftstrasse 4, CH 6005 Lucerne, Switzerland.

ООО «Яндекс» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 18.09.2000 за основным государственным регистрационным номером 1027700229193, ИНН 7736207543, КПП 770401001.

АО «Инвестиционная компания «ФИНАМ» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 19.11.2002 за основным государственным регистрационным номером 1027739572343, ИНН 7731038186, КПП 774401001.

В период с 03.02.2016 по 11.05.2016 в системе «Яндекс.Директ» размещалась реклама *«Как Финам, только функциональней! grandcapital.ru Депозит от 10\$! Инвестиции, Раубак, VIP-бонус 500\$, партнерская программа!»*

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.

Рассматриваемая реклама распространялась посредством рекламных конструкций, расположенных в непосредственной близости к проезжей части. Таким образом, установлено, что способ распространения рассматриваемой рекламы является общедоступным для неопределенного круга лиц потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по 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.

Согласно пункту 3 Закона о рекламе, товаром признается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

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.

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.

Согласно представленным ООО «Яндекс» сведениям, при нажатии на рассматриваемое рекламное сообщение происходил переход на страницу в сети Интернет, расположенную по адресу https://grandcapital.ru/?utm_source=direct.yandex.ru&utm_medium=cpc&utm_campaign=kon_finam. В соответствии с Актом проверки информации в сети Интернет № 8-33 от 06.07.2016, на рассматриваемой странице содержалась следующая информация: «День безрисковой торговли на бинарных опционах. Возвращаем всем клиентам убыток за один неудачный торговый день. Начать торговать».

Кроме того, ООО «Яндекс» представлены копии лицензий, представленных рекламодателем: Лицензия Серия 04 № 002628 от 17.06.2016 биржевого посредника совершающего товарные фьючерсные и опционные сделки в биржевой торговле, выданная ООО «ГРАНДКАПИТАЛ»; Лицензия Серия 04 № 004354 от 30.08.2010 на заключение биржевым брокером в биржевой торговле договоров, являющихся производными финансовыми инструментами, базисным активом которых является биржевой товар, выданная Ванееву Станиславу Вадимовичу.

Таким образом, исходя из текста рекламы и странице в сети Интернет, на которую происходил переход при нажатии (клике) на объявление, в данном случае объектом рекламирования являются финансовые услуги ООО «ГРАНДКАПИТАЛ».

На основании изложенного, спорное информационное сообщение является рекламой. Данный факт лицами, участвующими в деле, не оспаривается.

В соответствии с пунктом 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.

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», 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.

Поэтому реклама может быть признана недостоверной и в том случае, когда сведения, не соответствующие фактическим обстоятельствам, касаются деятельности (товара) конкурентов.

Как указано АО «Инвестиционная компания «ФИНАМ», Общество является профессиональным участником рынка ценных бумаг и на основании соответствующих лицензий оказывает, в том числе, брокерские услуги, обеспечивает доступ клиентов на фондовый и срочный рынок, рынок иностранных ценных бумаг, к торгам валютными инструментами.

Таким образом, в рекламе производится сравнение двух организаций осуществляющих однородную деятельность.

Употребление слова «функциональней», то есть прилагательного в сравнительной степени, указывает на сопоставление услуг, оказываемых АО «Инвестиционная компания «ФИНАМ» и ООО «ГРАНДКАПИТАЛ».

Установлено, что в рассматриваемой рекламе присутствует указание на конкретный критерий, по которому возможно осуществить сравнение услуг, оказываемых ООО «ГРАНДКАПИТАЛ», с аналогичными услугами, оказываемыми АО «Инвестиционная компания «ФИНАМ», а именно функциональность.

Однако, при сравнении подобного показателя и учитывая специфику и сложность финансовой сферы, Комиссия Московского УФАС России, приходит к выводу, что необходимо указывать на конкретные характеристики и наборы услуг, сопоставив определенный общий набор которых, можно было бы говорить о превосходстве услуг одного общества над другими и подтвердить или опровергнуть которые возможно объективными данными.

В данном же случае сравнение услуг ООО «ГРАНДКАПИТАЛ» с услугами, оказываемыми АО «Инвестиционная компания «ФИНАМ», основаны исключительно на одном из показателей эффективной работы на финансовом рынке, никак не подтверждены и содержат негативную оценку деятельности хозяйствующего субъекта-конкурента и его услуг.

Таким образом, приведенное в спорной рекламе сравнение по своей форме некорректно и его результаты не могут быть объективно проверены.

В соответствии с частью 1 статьи 28 Закона о рекламе, реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги или осуществляющего данную деятельность (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя и (если имеется) отчество).

В соответствии с пунктом 1 статьи 54 Гражданского кодекса Российской Федерации, юридическое лицо имеет свое наименование, содержащее указание на его организационно-правовую форму.

Организационно-правовые формы юридических лиц, являющихся коммерческими организациями, установлены пунктом 2 статьи 50 Гражданского кодекса Российской Федерации и включают в себя хозяйственные товарищества и общества, крестьянские (фермерские) хозяйства, хозяйственные партнерства, производственные кооперативы, государственные и муниципальные унитарные предприятия.

Таким образом, согласно части 1 статьи 28 Закона о рекламе, в рекламе банковских страховых и иных финансовых услуг должно приводиться наименование юридического лица, оказывающего эти услуги, содержащее, в том числе указание на организационно-правовую форму данного лица.

Фирменное наименование является средством индивидуализации юридического лица, поэтому указание в рекламе только произвольной части наименования не может быть признано предоставлением потребителям надлежащей информации о лице, оказывающем финансовые услуги.

В рассматриваемой рекламе отсутствует указание на какое-либо лицо, которое осуществляет рекламируемую деятельность.

По мнению ООО «Яндекс», в данном случае имеет место реклама в сети Интернет и для целей правильного рассмотрения данного дела необходимо учитывать специфику размещения контекстной рекламы. Как следует из устных и письменных пояснений Общества, указания наименования лица, оказывающего услуги, достаточно только на странице сайта в сети Интернет, на который ведет ссылка в рекламе, а также содержание наименования в доменном имени самого сайта, указанного в рекламе.

Однако, в соответствии с позицией ФАС России, изложенной в письме № АК/67830/16 от 03.10.2016, требование обязательного указания наименования юридического лица в рекламе финансовых услуг, установленное частью 1 статьи 28 Закона о рекламе, распространяется на рекламу финансовых услуг вне зависимости от исключений из указанного требования, установленных к

рекламе, размещаемой на сайтах в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», в том числе посредством систем размещения контекстной рекламы.

Таким образом, в рекламе банковских, страховых и иных финансовых услуг, размещаемой на сайтах в информационно-телекоммуникационной сети Интернет посредством систем размещения контекстной рекламы должно приводиться наименование юридического лица, оказывающего эти услуги, содержащее, в том числе указание на организационно-правовую форму данного лица. Отсутствие такого указания является нарушением части 1 статьи 28 Закона о рекламе.

Кроме того, сайт, на который осуществляется переход при нажатии на рассматриваемую рекламу также не содержит сведений о лице, оказывающем рекламируемые услуги.

На основании изложенного Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что в рассматриваемой рекламе установлен факт нарушения пункта 1 части 2 статьи 5, части 1 статьи 28 Закона о рекламе.

При этом, Комиссия Московского УФАС России отмечает, что Московское УФАС России не уполномочено на установление признаков нарушения части 6.1 статьи 51 Федерального закона от 22.04.1996 № 39-ФЗ «О рынке ценных бумаг».

Ответственность за нарушение пункта 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе, в соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе, несет рекламодатель, ответственность за нарушение части 1 статьи 28 Закона о рекламе, в соответствии с частями 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе, несет как рекламодатель, так и рекламодатель.

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

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Спорная реклама распространялась в системе «Яндекс.Директ» на основании последовательно заключенных договоров: Договора, заключенного Yandex Europe AG и Компанией Grand Capital, на условиях оферты на оказание услуг «Яндекс.Директ»; Договора возмездного оказания услуг № 23302/13 от 01.01.2013, заключенного между Yandex Europe AG и ООО «Яндекс».

Исходя из смысла договоров, лицом, определившим объект рекламирования, а равно рекламодателем рассматриваемой рекламы, является Компания Grand Capital; лицом, осуществившим непосредственное доведение рассматриваемой рекламы до неопределенного круга лиц-потребителей рекламы, а равно рекламодателем рассматриваемой рекламы, является ООО «Яндекс». Данный факт лицами, участвующими в деле, не оспаривается.

Таким образом, Компания Grand Capital несет ответственность за нарушение как пункта 1 части 2 статьи 5, так и части 1 статьи 28 Закона о рекламе; ООО «Яндекс» несет ответственность только за нарушение части 1 статьи 28 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 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 «Яндекс», Yandex Europ AG, Компании Grand Capital предписаний о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения Закона о рекламе.

Также, частью 4 статьи 38 Закона о рекламе, частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ) предусмотрена административная ответственность за нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе.

Исходя из части 1 статьи 4.5 КоАП РФ, постановление по делу об административном правонарушении за нарушение законодательства о рекламе не может быть вынесено по истечении одного года со дня совершения административного правонарушения.

Согласно имеющимся в материалах дела документам и сведениям, спорная реклама распространялась в период с 03.02.2016.

Таким образом, срок давности привлечения к административной ответственности в настоящем случае не истек.

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 Компанию Grand Capital нарушившей пункт 1 части 2 статьи 5, часть 1 статьи 28 Закона о рекламе, ООО «Яндекс» нарушившим часть 1 статьи 28 Закона о рекламе при распространении в период с 03.02.2016 по 11.05.2016 в системе «Яндекс.Директ» рекламы *«Как Финам, только функциональной! grandcapital.ru Депозит от 10\$! Инвестиции, Payback, VIP-бонус 500\$, партнерская программа!»*, в которой содержатся не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, а также отсутствует наименование или имя лица, оказывающего рекламируемые услуги.

2. Выдать ООО «Яндекс», Yandex Europ AG, Компании Grand Capital 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 Российской Федерации.

Председатель Комиссии

И.С. Гудкова

Члены Комиссии

П.В. Олейник

Н.С. Уварова