

ИГ/66107/17 от 20.12.2017

ООО «Полосатый лось»

Западный 2-й пр-д, д. 1, стр. 1,
пом. 1, ком. 67,
г. Москва, г. Зеленоград, 124460

info@polos.ru

ООО «Яндекс»

Льва Толстого ул., д. 16,
г. Москва, 119021

РЕШЕНИЕ

«19» сентября 2017 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: <...>,

членов Комиссии: <...>, <...>, <...>, <...>,

рассмотрев дело № 3-7-182/77-17, возбужденное в отношении ООО «Полосатый лось», ООО «Яндекс» по факту распространения в период с 23.03.2017 по 14.06.2017 в системе «Яндекс.Директ» рекламы «*Реклама на дорожных знаках / Установка под ключ! Согласование с властями, монтаж, обслуживание. Звоните! / reklamanastolbe.ru*» с признаками нарушения пункта 1 статьи 7 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в рекламе товаров, производство и (или) реализация которых запрещены законодательством Российской Федерации,

в присутствии представителей ООО «Яндекс» в лице <...> (по доверенности № <...> от <...>), генерального директора ООО «Полосатый лось» <...> (на основании приказа № 1 от 10.10.2014),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-7-182/77-17 возбуждено в отношении ООО «Яндекс», ООО «Полосатый лось» на основании заявления физического лица (вх. 20443 от 03.05.2017) по факту распространения в период с 23.03.2017 по 14.06.2017 в системе «Яндекс. Директ» рекламы «*Реклама на дорожных знаках / Установка под ключ! Согласование с властями, монтаж, обслуживание. Звоните! / reklamanastolbe.ru*».

В рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения пункта 1

статьи 7 Закона о рекламе, выразившегося в рекламе товаров, производство и (или) реализация которых запрещены законодательством Российской Федерации.

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

ООО «Яндекс» 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.

ООО «Полосатый лось» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 10.10.2014 за основным государственным регистрационным номером 5147746211333, ИНН 7725845015, КПП 773501001.

В системе «Яндекс.Директ», в период с 23.03.2017 по 14.06.2017 размещалась реклама «Реклама на дорожных знаках / Установка под ключ! Согласование с властями, монтаж, обслуживание. Звоните! / reklamanastolbe.ru».

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 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.

В настоящем случае объектом рекламирования выступают услуги по размещению рекламной информации на дорожных знаках, дорожных указателях.

На основании изложенного, спорная информация «Реклама на дорожных знаках / Установка под ключ! Согласование с властями, монтаж, обслуживание. Звоните! / reklamanastolbe.ru» является рекламой.

Учитывая специфику распространения рекламы в сети Интернет, в том числе с использованием гиперссылок, по мнению специалистов Московского УФАС России, необходимо рассматривать рекламное объявление неразрывно со страницей Интернет-сайта, на которую осуществляется переход по гиперссылке, размещенной в рекламном баннере.

По мнению Комиссии Московского УФАС России, сама по себе реклама должна быть в полной мере достоверной, не нарушать действующее законодательство в части объектов рекламирования, достоверности и добросовестности. При этом представляется логичным, что реклама в сети Интернет может не содержать части обязательной информации, если такая информация содержится на сайте в сети Интернет, связанном с рекламой

Исходя из материалов дела, переход по гиперссылке с рассматриваемого рекламного объявления осуществлялся на сайт в сети Интернет www.reklamanastolbe.ru.

Исходя из материалов дела, на данной странице Интернет-сайта содержалась информация о видах устанавливаемых ООО «Полосатый лось» конструкциях, в том числе «Указатели маршрутного ориентирования», «Информационные знаки индивидуального проектирования», «Знаки информирования об объектах притяжения», «Дорожные знаки сервиса» и их описание.

Согласно части 2 статьи 19 Закона о рекламе, распространение рекламы на знаке дорожного движения, его опоре или любом ином приспособлении, предназначенном для регулирования дорожного движения, не допускается.

В силу пункта 11 Положения о Государственной инспекции безопасности дорожного движения Министерства внутренних дел Российской Федерации, утвержденного Указом Президента Российской Федерации от 15.06.1998 № 711 (далее — Положение), Госавтоинспекция осуществляет государственный контроль и надзор за соблюдением нормативных актов в области обеспечения безопасности дорожного движения, которые регламентируют, в частности, установку и эксплуатацию технических средств организации дорожного движения.

Согласно пункту 12 Положения, Госавтоинспекция предписывает или разрешает соответствующим организациям установку и снятие технических средств организации дорожного движения.

Проектирование, изготовление, монтаж и эксплуатация информационных

знаков осуществляются на основании требований ГОСТ Р 52289-2004, ГОСТ Р 52290-2004.

В соответствии с пунктом 5.7.22 ГОСТа Р 52289-2004, допускается размещение информации об объектах притяжения участников дорожного движения (служебное слово, название, направление движения, расстояние до объекта, пиктограмма или символ) совместно со знаками 6.9.1, 6.9.2, 6.10.1, 6.12.

При этом в предыдущей редакции пункта 5.7.22 ГОСТа Р 52289-2004, в которой допускалось размещать на знаках следующую информации об объектах притяжения: адрес, телефон, вид деятельности, направление движения, расстояние до объекта, прочую информацию (в том числе графическую).

Таким образом, законодатель в действующей редакции ГОСТа Р 52289-2004 сократил перечень возможной информации, убрав ту, которая так или иначе индивидуализирует объект притяжения, также сделал перечень закрытым.

Более того, согласно пункту 3.11 ГОСТа Р 52044-2003, знаками информирования об объектах притяжения являются знаки, предназначенные для информирования участников дорожного движения об объектах городской инфраструктуры, по приложению А.

В соответствии с пунктом 5.11 ГОСТа Р 52044-2003, применять знаки информирования об объектах притяжения, изображения которых отличаются от приведенных в приложении А, не допускается.

Приложение А содержит следующие варианты допустимых пиктограмм и примеров надписей: автосервис, шиномонтаж, автозапчасти, ремонт бытовой техники, ремонт оргтехники, парикмахерская, кафе, ветлечебница, стоматология, продукты, обмен валюты, химчистка, стройматериалы, банкомат, фотоуслуги, салон связи, нотариус, аптека.

Такая позиция подтверждается и имеющейся судебной практикой: постановление Федерального Арбитражного Суда Московского округа от 16.11.2012 по делу № А40-11418/12-144-104; постановление Федерального Арбитражного Суда Северо-Кавказского округа от 24.07.2013 по делу № А53-513/2013 и аналогичные.

Также стоит отметить, что в указанных ГОСТах приведены все виды знаков, возможных для установления, при этом в ГОСТах отсутствует такой вид дорожного знака (указателя, таблички) как указатель маршрутного ориентирования.

Согласно пункту 12 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», если установка знака маршрутного ориентирования либо размещение на таком знаке информации согласовано в установленном порядке с ГИБДД и информация, размещенная на этих знаках, отвечает требованиям соответствующих ГОСТов, данная информация в силу пункта 5 части 2 статьи 2 Закона о рекламе не является рекламой.

Согласно приведенному положению Постановления, информация, которая

может размещаться на дорожных знаках (указателях), ограничивается от рекламной по следующим основаниям: информация должна соответствовать ГОСТам; на её размещение должно быть разрешение Госавтоинспекции.

Исходя из вышеизложенного, а также учитывая положения ГОСТа Р 52289-2004 и ГОСТа Р 52044-2003, не имеется законных оснований размещения на дорожных знаках (указателях) информации, содержащей индивидуализирующие признаки юридического лица или индивидуального предпринимателя.

В спорной рекламе, а также на сайте в сети Интернет по адресу www.reklamanastolbe.ru не содержится сведений о наличии разрешения Госавтоинспекции на установку информационных знаков. Сам по себе возможный факт установки ранее каких-либо информационных знаков в соответствии с ГОСТом не подтверждает правомерности именно рекламируемой деятельности ООО «Полосатый лось» по размещению информации на дорожных указателях.

Согласно пункту 12 Постановления, в случае, если информация на дорожных знаках размещена без соблюдения указанных требований, то она подлежит оценке на предмет выявления наличия в ней признаков рекламы.

Из текста спорной рекламы следует, что ООО «Полосатый лось» осуществляет услуги по размещению именно рекламы, а не иной информации.

Довод общества о том, что размещаемая им информация на дорожных знаках (указателях) соответствует требованию закона, и оно не осуществляет противоправную деятельность, не может быть принят Комиссией исходя из следующего.

Комиссия Московского УФАС России считает, что вся распространяемая реклама должна оцениваться с точки зрения ее восприятия обычными потребителями, имеющими намерение воспользоваться рекламируемыми услугами и не обладающие информацией о том, что такая информация является недостоверной.

Подобный подход подтверждается сложившейся судебной практикой (например, постановление Арбитражного суда Московского округа от 24.10.2016 по делу № А40-249807/2015).

Наличие в спорной рекламе фразы «Реклама на дорожных знаках» в совокупности с информацией на сайте, в том числе учитывая доменное имя сайта (reklamanastolbe.ru), а также с информацией об основном виде деятельности (деятельность рекламных агентств), указывает потребителю на возможность воспользоваться услугами ООО «Полосатый лось» по размещению рекламы на дорожных знаках (указателях).

Комиссия отмечает, что из текста рекламы однозначно следует вывод, что объектом рекламирования являются услуги по размещению рекламы на дорожных указателях.

Вопреки доводам сторон по делу, в рекламе ни при каких обстоятельствах не

должно сообщаться о возможности оказания услуг, прямо запрещенных законам, даже если в конечном итоге потребителю может быть предоставлена услуга, формально не нарушающая законодательство. Иное толкование закона привело бы к возможности указания в рекламе в сети Интернет любой информации (например, предложение совершить правонарушение или преступление), если такое предложение в дальнейшем опровергается той или иной информацией на сайте рекламодателя в сети Интернет.

В соответствии с пунктом 1 статьи 7 Закона о рекламе, не допускается реклама товаров, производство и (или) реализация которых запрещены законодательством Российской Федерации. Таким образом, запрещена реклама услуги по размещению рекламы на дорожных знаках (указателях), так как такое размещение запрещено частью 2 статьи 19 Закона о рекламе.

Размещение спорной рекламы с 23.03.2017 по 14.06.2017 в системе «Яндекс.Директ» осуществлялось на основании договоров на оказание услуг по размещению рекламных материалов в сети Интернет, заключенных между ООО «Яндекс» и ООО «Полосатый лось» на условиях Оферты, доступной в сети Интернет по адресу http://yandex.ru/legal/oferta_direct/.

Согласно пояснениям ООО «Яндекс», рассматриваемый договор является типовым и представляет собой оферту на заключение договора. Клиенты, желающие воспользоваться услугами «Яндекс.Директ», принимают условия договора в электронной форме (либо своими конклюдентными действиями, приступая к размещению своих информационных сообщений через сервис «Яндекс.Директ»).

Согласно пункту 7.2 Оферты, в отношении одной Рекламной кампании могут быть заключены последовательно несколько договоров, договор может быть заключен в отношении нескольких Рекламных кампаний.

На основании представленных ООО «Яндекс» документов и сведений рекламодателями рассматриваемой рекламы является ООО «Полосатый лось».

Предметом Оферты является обязанность ООО «Яндекс» оказать рекламодателю рекламные услуги в объеме, установленном качества и в сроки, указанные в данном договоре.

Ответственность за нарушение пункта 1 статьи 7 Закона о рекламе, в соответствии с частями 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе, несут как рекламодатель, так и рекламодателем.

Таким образом, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о наличии в действиях ООО «Яндекс», ООО «Полосатый лось» нарушения пункта 1 статьи 7 Закона о рекламе.

На основании изложенного, Комиссией Московского УФАС России в действиях ООО «Яндекс», ООО «Полосатый лось» при размещении в сети Интернет с 23.03.2017 по 14.06.2017 в системе «Яндекс.Директ» рекламы *«Реклама на дорожных знаках / Установка под ключ! Согласование с властями, монтаж, обслуживание. Звоните! / reklamastolbe.ru»* установлено нарушение пункта 1 статьи 7 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 (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», ООО «Полосатый лось» предписаний 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 ООО «Яндекс», ООО «Полосатый лось» нарушившими пункт 1 статьи 7 Закона о рекламе в связи с распространением с 23.03.2017 по 14.06.2017 в системе «Яндекс.Директ» рекламы *«Реклама на дорожных знаках / Установка под ключ! Согласование с властями, монтаж, обслуживание. Звоните! / reklamanastolbe.ru»*.

2. Выдать ООО «Яндекс», ООО «Полосатый лось» предписания 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.

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии <...>

<...>

<...>

<...>