

ИГ/35697/18
25.07.2018

ООО «КАРФОРЮ»

Дорожная ул., д. 3, стр. 20,
пом. II, ком. 2,
г. Москва, 117545

ООО «Гугл»

Балчуг ул., д. 7,
г. Москва, 115035

РЕШЕНИЕ
по делу № 3-5-192/77-18

«17» июля 2018 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) в составе:

председателя Комиссии – <...>,
членов Комиссии – <...> <...>

рассмотрев дело № 3-5-192/77-18, возбужденное в отношении ООО «КАРФОРЮ» при распространении в период с 22.01.2018 по 21.02.2018 на Интернет-ресурсе youtube.com перед просмотром видео рекламы «Car4You» по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении рекламы, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах ООО «КАРФОРЮ» и оказываемых им услугах перед продавцами услуг такси; части 6 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в использовании в рекламе непристойных и оскорбительных образов и сравнений,

в присутствии представителей: ООО «КАРФОРЮ» в лице <...> (по доверенности б/н от 05.06.2018), ООО «Гугл» в лице <...> (по доверенности б/н от 17.11.2017), Овакимяна К.Б. (по до <...>(В 7520079 от 02.04.2018),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-5-192/77-18 возбуждено в отношении ООО «КАРФОРЮ» на

основании заявления физического лица по факту распространения в период с 22.01.2018 по 21.02.2018 на Интернет-ресурсе youtube.com перед просмотром видео рекламы «Car4You».

В рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах ООО «КАРФОРЮ» и оказываемых им услугах перед продавцами услуг такси; части 6 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в использовании в рекламе непристойных и оскорбительных образов и сравнений.

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

ООО «КАРФОРЮ» (место нахождения: 117545, г. Москва, ул. Дорожная, д. 3, стр. 20, пом. II, ком. 2) является юридическим лицом, включено в Единый государственный реестр юридических лиц за основным государственным регистрационным номером 1177746619896, ИНН 7726405521, КПП 772601001.

На Интернет-ресурсе youtube.com перед просмотром видео распространялась реклама услуг каршеринга «Car4You».

В рекламе показано, как героиня ролика пытается заказать такси. В первом случае к героине приехало такси, из которого, танцуя, вышел водитель характерной азиатской внешности, после чего открыл заднюю дверь автомобиля, в котором сидели еще трое мужчин азиатской внешности и при открытии двери расстелили перед героиней ковер.

При второй попытке вызова такси к героине приехал водитель характерной кавказской внешности, который так же начал танцевать, при этом увлекая за собой героиню ролика.

При третьей попытке вызова такси к героине приехал водитель, на лице которого было изображено недовольство, злость, и грубым жестом указал героине на дверь. После нескольких попыток вызвать такси героиня ролика выбирает услуги каршеринга. При этом в конце ролика звучит слоган: «Не везет с водителями, повезет с КАРФОРЮ, для тех, кто водит сам».

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.

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 неком лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Указанная информация распространялась на Интернет-ресурсе youtube.com перед просмотром видео.

Таким образом, установлено, что способ распространения рассматриваемой информации 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 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 настоящем случае объектом рекламирования выступают услуги каршеринга «КАРФОРЮ».

Таким образом, спорная информация отвечает всем признакам рекламы, а именно: содержит объект рекламирования, распространялась неопределенному кругу лиц и, исходя из содержания, направлена на привлечение внимания потребителей к объекту рекламирования, то есть, к услугам ООО «КАРФОРЮ», следовательно, является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе.

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

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, не допускается реклама, 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.

Указанная реклама выделяет услуги каршеринга ООО «КАРФОРЮ», указывая на их преимущества по сравнению с услугами такси, что способствует привлечению потребителей именно к услугам каршеринга.

Изображая водителей такси в невыгодном свете, в последнем кадре рекламы внимание потребителей фокусируется на лице девушки, которая со вздохом облегчения направляется к машине, предоставляемой в каршеринг. Содержание ролика подытоживается фразой, что «если не везет с водителями, то повезет с «КАРФОРЮ».

Соответственно в рекламе осуществляется изображение услуг каршеринга с тем посылом, что поскольку при пользовании услугами каршеринга водителем является сам пользователь, следовательно пользоваться услугами каршеринга всегда безопасно. При этом визуальный ряд рекламного ролика раскрывает словосочетание «не везет с водителями» как угрозу безопасности и комфорту пользователям услуг такси.

При данных обстоятельствах указание на превосходство услуг каршеринга над услугами такси является недостоверным, поскольку объективно не подтверждается никакими доказательствами и вводит потребителей в заблуждение

о характере услуг такси, создает негативное представление о них.

Кроме того, вопрос о квалификации рассматриваемой информации в качестве недобросовестной рекламы так же был вынесен на Экспертный совет Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по применению законодательства Российской Федерации о рекламе (далее также Экспертный совет).

В соответствии с Протоколом № 08-1/18 от 19.04.2018 участники Экспертного совета проголосовали следующим образом: 35 участников высказались о наличии признаков недобросовестности, 2 участника высказались об отсутствии признаков нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, 16 участника воздержались от голосования. Следовательно, более половины респондентов проголосовали за наличие признаков нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Учитывая изложенное, содержание рассматриваемой рекламы указывает на наличие признаков нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах ООО «КАРФОРЮ» и оказываемых им услугах перед продавцами услуг такси.

Также согласно части 6 статьи 5 Закона о рекламе в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия.

Вопрос отнесения рассматриваемой рекламы к непристойной и оскорбительной носит субъективно-оценочный характер, который основан на восприятии данной информации каждым индивидуумом в отдельности. При этом очевидно, что восприятие одной и той же информации разными людьми может отличаться в зависимости от личностных характеристик субъекта (возраста, образования, воспитания, семейных устоев, места проживания и прочих).

Соответственно, возможна ситуация, когда одна и та же реклама оценивается неоднозначно с точки зрения ее этичности различными категориями населения.

Вопрос о квалификации рассматриваемой информации в качестве рекламы, нарушающей часть 6 статьи 5 Закона о рекламе, также был вынесен на Экспертный совет Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по применению законодательства Российской Федерации о рекламе и антимонопольного законодательства в части недобросовестной конкуренции (далее — Экспертный совет).

В соответствии с Протоколом № 08-1/18 от 19.04.2018 перед Экспертным советом был поставлен вопрос о том, считают ли члены Экспертного совета, что данная реклама является неэтичной, в том числе использованы ли в данной рекламе бранные слова, непристойные или оскорбительные образы, сравнения или выражения.

Участники Экспертного совета проголосовали следующим образом: 32 участника высказались о наличии признаков неэтичности, а равно нарушения части 6 части 5 Закона о рекламе в спорной рекламе, 5 участников высказались об отсутствии признаков нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, 16 участника воздержались от голосования. Таким образом, более половины респондентов проголосовали за наличие вменяемых признаков нарушения законодательства о рекламе.

Для признания рекламы непристойной не требуется получения единогласного мнения. Достаточно установить факт наличия значительного количества людей, воспринимающих рекламу как непристойную, оскорбительную.

В соответствии с Письмом ФАС России от 29.04.2013 № АД/17355/15 к непристойным образам, сравнениям, выражениям могут быть отнесены такие слова и изображения, которые нарушают общепринятые нормы и принципы поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности. К оскорбительным образам, сравнениям и выражениям - слова и изображения, которые, в том числе, ущемляют человеческое достоинство, принижают значимость отдельных лиц, исторических событий, памятных дат.

ООО «КАРФОРЮ» пояснило, что данная реклама не является непристойной или оскорбительной, а напротив показывает доброту и великодушие народа из государств Средней Азии и Закавказья.

Между тем Комиссия считает необходимым отметить, что при первоначальном представлении информации ООО «КАРФОРЮ» указало на то, что национальности таксистов выбраны по «очевидному принципу», это наиболее распространенные «типажи таксистов в Москве».

Кроме того, ООО «КАРФОРЮ» особо отметило, что основной идеей ролика является «лучше вести машину самому, чем доверить себя незнакомому человеку. Учитывая обычаи народов Средней Азии и Кавказа, стоит отметить, что одинокой девушке не подобает садиться в автомобиль к незнакомым людям, особенно если их несколько».

Таким образом, Комиссия отмечает, что ООО «КАРФОРЮ» фактически подтвердило, что услуги каршеринга всегда лучше услуг такси, не приводя при этом никакого подтверждения.

Также при оценке рекламы следует рассматривать в совокупности все составляющие части данной рекламы.

Оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя. В рассматриваемом случае изображение водителей такси в негативном ключе нарушает нравственные нормы, кроме того, такая демонстрация является оскорбительной, поскольку противоречит нормам общественной морали и нравственности.

Таким образом, при распространении рекламы услуг каршеринга «КАРФОРЮ», установлено нарушение части 6 статьи 5 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение пункта 1 части 3, части 6 статьи 5 Закона о рекламе в соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе рекламодателем является изготовитель или продавец товара, либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно информации, представленной ООО «КАРФОРЮ», решение о размещении рассматриваемой информации, а также о содержании такой информации было принято ООО «КАРФОРЮ».

Сторона по делу подтверждает, что самостоятельно приняла решение о размещении спорной информации, определила содержание такой информации и ее целеполагание.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что рекламодателем спорной рекламы является ООО «КАРФОРЮ».

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России в действиях ООО «КАРФОРЮ» при распространении рекламы услуг каршеринга «КАРФОРЮ», установлено нарушение пункта 1 части 3, части 6 статьи 5 Закона о рекламе.

Рассматриваемая реклама распространялась на Интернет-ресурсе youtube.com и youtube.ru с помощью рекламного сервиса Google AdWords.

ООО «Гугл» сообщает, что рекламодателем должна признаваться компания Гугл ЭлЭлСи, так как владельцем и администратором доменов www.google.com и www.google.ru, а также сайтов адресуемых под данными доменными именами, является компания Гугл ЭлЭлСи. Права на сервис AdWords, обеспечивающий возможность размещения рекламы в поисковой системе Google, также принадлежит компании Гугл ЭлЭлСи.

Однако, исходя из представленных в материалах дела документов и сведений, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу, что ООО «Гугл», является правомерным представителем интересов Гугл ЭлЭлСи на территории Российской Федерации.

Исходя из анализа выписки из соглашения, заключенного между Гугл Айрланд Лимитед, компанией, зарегистрированной в Ирландии по адресу Гордон Хаус, Бэрроу Стрит, Дублин 4, Ирландия и ООО «Гугл» (далее — Соглашение о перепродаже), Гугл ЭлЭлСи передает Гугл Айрланд Лимитед неэксклюзивные права на рекламные площади, с целью их перепродажи третьим лицам. Гугл Айрланд Лимитед в свою очередь заключил соглашение о перепродаже с ООО «Гугл». В соответствии с данным Соглашением о перепродаже, оно заключено с целью продажи рекламных площадей третьим лицам (рекламодателям), головной офис которых находится в Российской Федерации.

Также договор на размещение рекламы в сервисе AdWords заключается на стандартных условиях оказания рекламных услуг. В соответствии с названными условиями оказания рекламных услуг, стороной по данному договору является ООО «Гугл», с местом нахождения по адресу: Российская Федерация, 115035, Москва, г. Москва, ул. Балчуг, д. 7.

Таким образом, Комиссия УФАС России считает возможным признать ООО «Гугл» как рекламодателя по рассматриваемому делу.

На основании изложенного и принимая во внимание вышеизложенные

обстоятельства распространения рассматриваемой рекламы, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что ООО «Гугл» имеет возможность совершать действия, направленные на прекращение распространения ненадлежащей рекламы, рассматриваемой в рамках настоящего дела.

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 рекламы, в которой отсутствуют непристойные и оскорбительные образы, 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 размещения рассматриваемой рекламы.

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 «КАРФОРЮ», ООО «Гугл» предписания о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения Закона о рекламе.

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.

Комиссией Московского УФАС установлено, что рассматриваемая реклама распространялась в период с 22.01.2018 по 21.02.2018, следовательно на момент

вынесения настоящего решения срок давности привлечения к административной ответственности ООО «КАРФОРЮ» не истек.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать нарушение в действиях ООО «КАРФОРЮ» при распространении в период с 22.01.2018 по 21.02.2018 на Интернет-ресурсе youtube.com перед просмотром видео рекламы «Car4You», а именно: нарушение пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, выразившееся в распространении рекламы, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах ООО «КАРФОРЮ» и оказываемых им услугах перед продавцами услуг такси; нарушение части 6 статьи 5 Закона о рекламе, выразившееся в использовании в рекламе непристойных и оскорбительных образов и сравнений,

2. Выдать ООО «КАРФОРЮ», ООО «Гугл» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

Заместитель руководителя

<...>

Члены комиссии

<...>

<...>

Исполнитель: <...>