

<...>

<...>

<...>

<...>

ООО «Яндекс»

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

РЕШЕНИЕ

«31» 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, Комиссия) в составе:

председателя Комиссии: <...>,

членов Комиссии: <...>, <...>,

рассмотрев дело № 3-5-189/77-18, возбужденное в отношении <...>, <...> относительно распространения в системе «Яндекс.Директ» следующей рекламы:

«Купим авто дороже чем в carprice! / Оценка авто бесплатно! / Срочный выкуп автомобилей за 30 мин! Деньги сразу наличными! Работаем 24 на 7 / выкупим-авто-дорого.рф», размещавшейся в период с 12.02.2018 по 13.03.2018;

«Купим авто дороже чем в carprice! / Оценка авто бесплатно! / Срочный выкуп автомобилей за 30 мин! Деньги сразу наличными! Работаем 24 на 7 / выкупим-авто-дорого.рф», размещавшейся в период с 15.03.2018 по 31.03.2018, с признаками 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 товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами,

в отсутствие представителей ООО «Яндекс», <...>, <...> (уведомлены надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-5-189/77-18 возбуждено в отношении <...>, <...> по факту распространения в системе «Яндекс.Директ» следующей рекламы:

«Купим авто дороже чем в carprice! / Оценка авто бесплатно! / Срочный выкуп автомобилей за 30 мин! Деньги сразу наличными! Работаем 24 на 7 / выкупим-авто-дорого.рф», размещавшейся в период с 12.02.2018 по 13.03.2018;

«Купим авто дороже чем в carprice! / Оценка авто бесплатно! / Срочный выкуп автомобилей за 30 мин! Деньги сразу наличными! Работаем 24 на 7 / выкупим-авто-дорого.рф», размещавшейся в период с 15.03.2018 по 31.03.2018.

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 товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

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.

<...> (адрес электронной почты <...>), <...> (адрес электронной почты <...>) являются физическими лицами.

В системе «Яндекс.Директ» распространялась следующая реклама:

«Купим авто дороже чем в carprice! / Оценка авто бесплатно! / Срочный выкуп автомобилей за 30 мин! Деньги сразу наличными! Работаем 24 на 7 / выкупим-авто-дорого.рф», размещавшаяся в период с 12.02.2018 по 13.03.2018;

«Купим авто дороже чем в carprice! / Оценка авто бесплатно! / Срочный выкуп автомобилей за 30 мин! Деньги сразу наличными! Работаем 24 на 7 / выкупим-авто-дорого.рф», размещавшаяся в период с 15.03.2018 по 31.03.2018.

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. 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 является сервис по покупке транспортных средств выкупим-авто-дорого.рф.

На основании изложенного, спорная информация является рекламой. Данный факт сторонами по делу не оспаривается.

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

Согласно пункту 2 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (далее — Постановление), при анализе информации на предмет наличия в ней признаков рекламы, необходимо учитывать, что размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в названных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака).

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.

Распространенная реклама содержит сведения о преимуществах рекламируемого сервиса по сравнению с сервисом Carprice. При этом из текста рекламы следует, что сравнение происходит по критерию стоимости автомобиля, однако данное утверждение не подтверждено какими-либо объективными данными.

В настоящем случае, использование в спорной рекламе выражения «Купим авто дороже чем в carprice!» направлено на распространение позитивной информации в отношении рекламируемого сервиса путем сравнения с сервисом Carprice, выраженном в акцентировании на неподтвержденные в тексте рекламы преимущества рекламируемого товара.

На основании вышеизложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о наличии в рекламе:

«Купим авто дороже чем в carprice! / Оценка авто бесплатно! / Срочный выкуп автомобилей за 30 мин! Деньги сразу наличными! Работаем 24 на 7 / выкупим-авто-дорого.рф», размещавшейся в период с 12.02.2018 по 13.03.2018;

«Купим авто дороже чем в carprice! / Оценка авто бесплатно! / Срочный выкуп автомобилей за 30 мин! Деньги сразу наличными! Работаем 24 на 7 / выкупим-авто-дорого.рф», размещавшейся в период с 15.03.2018 по 31.03.2018, факта нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

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

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

Согласно представленным ООО «Яндекс» документам и сведениям, рекламодателями рассматриваемой рекламы являются <...> и <...>

Исходя из вышеизложенного, Комиссией Московского УФАС России в действиях <...> и <...> установлено нарушение пункта 1 части 3 статьи 5 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», <...> и <...> 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 <...> и <...> нарушившими пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе в связи с распространением в системе «Яндекс.Директ» рекламы:

«Купим авто дороже чем в carprice! / Оценка авто бесплатно! / Срочный выкуп автомобилей за 30 мин! Деньги сразу наличными! Работаем 24 на 7 / выкупим-авто-дорого.рф», размещавшейся в период с 12.02.2018 по 13.03.2018;

«Купим авто дороже чем в carprice! / Оценка авто бесплатно! / Срочный выкуп автомобилей за 30 мин! Деньги сразу наличными! Работаем 24 на 7 / выкупим-авто-дорого.рф», размещавшейся в период с 15.03.2018 по 31.03.2018.

2. Выдать <...> и <...> предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Выдать ООО «Яндекс» предписание о прекращении распространения рекламы с нарушением пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

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

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

А<...>

Исполнитель:<...>, (495) 784-75-05 (доб. <...>)