

## РЕШЕНИЕ

по делу № 077/05/28-8275/2019

«22» ноября 2019 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: <...>а,

членов Комиссии: <...>ой, <...>ой,

рассмотрев дело № 077/05/28-8275/2019, возбужденное в отношении ООО «Яндекс», ООО «АРВМ» относительно распространения в период с 16.03.2019 по 01.07.2019 в системе «Яндекс.Директ» рекламы *«Инвестиции в WWEX — На очень выгодных условиях. Доходность до 60% за месяц. Быстрая окупаемость. Контроль рисков. Надежность инвестиций. Содействие в подборе финансовых услуг/организаций»* с признаками нарушения части 7 статьи 5, части 1, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении рекламы финансовых услуг в отсутствие наименования лица, оказывающего данные услуги, а также части существенных условий инвестирования при указании ставки доходности до 60% годовых,

в присутствии представителя Федерального общественно-государственного фонда по защите прав вкладчиков и акционеров в лице <...> (по доверенности № 8 от 15.01.2019); ООО «Яндекс» в лице <...> (по доверенности № б/н от 29.03.2019),

в отсутствие представителей ООО «АРВМ» (уведомлены надлежащим образом),

### УСТАНОВИЛА:

Дело № 077/05/28-8275/2019 возбуждено в отношении ООО «Яндекс», ООО «АРВМ» на основании заявления Федерального общественно-государственного фонда по защите прав вкладчиков, поступившего из ФАС России, по факту распространения в период с 16.03.2019 по 01.07.2019 в системе «Яндекс.Директ» рекламы *«Инвестиции в WWEX — На очень выгодных условиях. Доходность до 60% за месяц. Быстрая окупаемость. Контроль рисков. Надежность инвестиций. Содействие в подборе финансовых услуг/организаций»*.

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.

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/КПП 7736207543/770401001.

ООО «АРВМ» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 10.01.2014 за основным государственным регистрационным номером 1147746006320; ИНН/КПП 7725814962/772501001.

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 размещения рекламного объявления в сети «Интернет» в системе контекстной рекламы «Яндекс.Директ», а равно была доступна неограниченному кругу лиц-потребителей рекламы.

На основании изложенного рассматриваемая информация является рекламой, что сторонами по делу не оспаривается.

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.

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

Согласно пункту 2 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» финансовая услуга — 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.

В настоящем случае объектом рекламирования является финансовая услуга по привлечению денежных средств.

Согласно представленным ООО «Яндекс» пояснениям, из текста рекламы, а равно содержания сайта в сети Интернет по адресу <https://millioner.ru/>, на

который происходил переход при клике на рекламу, не следует вывода, что потребителю предлагаются финансовые услуги. Как утверждает ООО «Яндекс», на странице сайта, на который происходил переход из рекламы, размещена информация справочно-аналитического характера, при этом в подтверждение довода ООО «Яндекс» приложены скриншоты сайта за 19.03.2019, полученные из сервиса WaybackMachine.

В свою очередь Комиссия оценивает заявленные ООО «Яндекс» доводы как несостоятельные, поскольку Общество предлагает анализировать спорную рекламу исключительно через наполнение сайта, на который происходил переход при клике на рекламу, без оценки самого рекламного текста, что принципиально противоречит сложившейся правоприменительной практике, о которой в своих пояснениях указывает само ООО «Яндекс», относительно совокупного толкования содержания рекламы и сайта, а не отдельно взятого элемента.

В частности, в рассматриваемом случае содержание самого текста рекламы направлено на привлечение внимания потребителей возможностью вложить денежные средства в компанию WWEX, при этом в рекламе указано только на одно условие — процент прибыли в отсутствие дополнительных влияющих на такой показатель обстоятельств. При этом, тот факт, что при клике на рекламу осуществляется переход на страницу сайта, представляющую собой аналитическую статью на финансовую тематику, не опровергает факт того, что объектом рекламирования являются финансовые услуги компании WWEX по привлечению денежных средств физических лиц. Также Комиссия обращает внимание, что исходя из представленных ООО «Яндекс» скриншотов следует, что на данном сайте раздел «статьи» представляет собой отдельную тематическую категорию, наряду с которой также имеется категория «инвестиции», из чего Комиссия может сделать вывод, что помимо аналитического материала, данный сайт имеет ресурс по размещению информации по оказанию инвестиционных услуг.

Анализируя содержания рекламы подобным образом, Комиссия руководствуется наиболее объективным и практичным подходом, исходя из того, как данная реклама может быть воспринята обычным человеком, который не владеет юридическими и экономическими понятиями. В этой связи, финансовая направленность данной рекламы бесспорна, и не может быть ограничена тем восприятием, которое предлагает в своих пояснениях ООО «Яндекс».

Более того, Комиссия полагает, что вышеприведенные выводы соотносятся также с самой по себе целью установления особых требований к рекламе финансовых услуг, а именно с намерением обезопасить потребителя от недобросовестных лиц. В таком контексте при вынесении настоящего решения стоит учитывать именно не формальное определение финансовой услуги, а суть предлагаемых рекламодателем услуг, направленных именно на привлечение денежных средств физических лиц.

В соответствии с частью 7 статьи 5 Закона о рекламе не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

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 рассматриваемой рекламе отсутствовало указание на лицо, оказывающее рекламируемые финансовые услуги, что прямо нарушает требование части 7 статьи 5, части 1 статьи 28 Закона о рекламе.

В соответствии с пунктом 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

К условиям, влияющим на сумму доходов, которые получают лица, предоставившие свои средства для осуществления инвестирования, относятся сумма инвестиций, срок предоставления суммы инвестиций, проценты за пользование суммой инвестиций, а также иные условия, если их включение в инвестиционный договор может повлиять на сумму денежных средств, которую инвестор должен получить по договору.

В рекламе указано лишь одно условие инвестирования — ставка доходности инвестиций. Иные условия, влияющие на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, в рассматриваемой рекламе указаны не были.

Таким образом, при распространении спорной рекламы установлено нарушение части 7 статьи 5, части 1, пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение части 7 статьи 5, части 1, пункта 2 части 2 статьи 28 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.

Ответственность за нарушение части 1 статьи 28 Закона о рекламе в соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Согласно пункту 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламодателем

является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Из материалов дела установлено, что рассматриваемая реклама распространялась в системе «Яндекс.Директ» ООО «АРВМ» на основании договора возмездного оказания услуг № 65302/17 от 10.05.2017, заключенного с ООО «Яндекс».

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России при распространении в период с 16.03.2019 по 01.07.2019 в системе «Яндекс.Директ» рекламы *«Инвестиции в WWEX — На очень выгодных условиях. Доходность до 60% за месяц. Быстрая окупаемость. Контроль рисков. Надежность инвестиций. Содействие в подборе финансовых услуг/организаций»* в действиях ООО «АРВМ» установлено нарушение части 7 статьи 5, части 1, пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе, в действиях ООО «Яндекс» - 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», ООО «АРВМ» предписаний о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации 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

РЕШИЛА:

1. Признать ООО «АРВМ» нарушившим требования части 7 статьи 5, части 1, пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе, ООО «Яндекс» нарушившим требования части 1 статьи 28 Закона о рекламе при распространении в период с 16.03.2019 по 01.07.2019 в системе «Яндекс.Директ» рекламы *«Инвестиции в WSEX — На очень выгодных условиях. Доходность до 60% за месяц. Быстрая окупаемость. Контроль рисков. Надежность инвестиций. Содействие в подборе финансовых услуг/организаций»*, выразившегося в распространении рекламы финансовых услуги, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, а также наименование или имя лица, оказывающего услуги.

2. Выдать ООО «Яндекс», ООО «АРВМ» 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.

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>a

<...>a