

ООО «Яндекс»

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

<...>

РЕШЕНИЕ
по делу № 077/05/5-17299/2020

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «16» декабря 2020 г.
В полном объеме решение изготовлено «___» января 2021 г.

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 № 077/05/5-17299/2020, возбужденное в отношении <...>

по признакам нарушения пункта 4 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении в период с 30.05.2020 по 01.06.2020 года в системе «Яндекс.Директ» рекламы «Осаго за 990р.!» следующего содержания:

«Содействие в подборе финансовых услуг/организаций / Полис ОСАГО / Подберем выгодные условия ОСАГО у любой страховой компании. В любом районе Москвы! / Страховые компании / Мойка / Юридические лица / ОСАГО за 990 руб./ Узнать больше / strahofka.ru».

в отсутствие представителя ООО «Яндекс», <...> (уведомлен надлежащим образом),



УСТАНОВИЛА:

Дело № 077/05/5-17299/2020 возбуждено в отношении <...> на основании заявления физического лица по факту распространения в период с 30.05.2020 по 01.06.2020 посредством СМС-сообщения, рекламы следующего содержания:

«Содействие в подборе финансовых услуг/организаций / Полис ОСАГО / Подберем выгодные условия ОСАГО у любой страховой компании. В любом районе Москвы! / Страховые компании / Мойка / Юридические лица / ОСАГО за 990 руб./ Узнать больше / straxofka.ru».

В рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения пункта 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в распространении недостоверной рекламы относительно предлагаемой цены товара.

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.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе рекламой является информация, распространенная 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе объектом рекламирования является товар, средства 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 представленным в материалы дела документам и сведениям в системе Яндекс.Директ распространялась спорная реклама следующего содержания: «Содействие в подборе финансовых услуг/организаций / Полис ОСАГО / Подберем выгодные условия ОСАГО у любой страховой компании. В любом районе Москвы! / Страховые компании / Мойка / Юридические лица / ОСАГО за 990 руб./ Узнать больше / straxofka.ru».

Резюмируя изложенное, рассматриваемая информация распространялась неопределенному кругу лиц, исходя из способа распространения и содержания, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (финансовых услуг),

а следовательно является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе. Рекламный характер рассматриваемой информации лицом, участвующим в деле, не отрицается.

Согласно пункту 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

Распространенная реклама содержит информацию о том, что полис ОСАГО можно приобрести на сайте strahofka.ru за 990 рублей.

Однако при переходе по ссылке на сайт strahofka.ru размещена иная информация относительно стоимости полиса ОСАГО. Согласно представленным заявителем скриншотам указанная в рекламе сумма в размере 990 рублей является лишь выгодой от общей цены полиса.

Таким образом, распространенная в сети Интернет реклама содержит признаки нарушения пункта 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в распространении недостоверной рекламы относительно размера скидки на товар.

Ответственность за нарушение пункта 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, в соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе, несет рекламоатель.

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

Рекламоателем рассматриваемой рекламы, а равно лицом, которое несет ответственность за рассматриваемое правонарушение, является <...> Указанные обстоятельства обществом не оспариваются.

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее — Правила), 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.

Согласно пункту 47 Правил при добровольном устранении лицом (лицами) совершенного нарушения антимонопольный орган вправе не выдавать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Из материалов дела следует, что спорная реклама распространялась в период с 30.05.2020 по 01.06.2020, а равно в настоящее время такая реклама не распространяется.

На основании изложенного Комиссия приходит к выводу о нецелесообразности выдачи предписания лицу, в чьих действиях установлено нарушение положений Закона о рекламе. При этом, в случае выявления новых фактов распространения <...> рекламы с нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе заявитель

не лишен возможности подать в антимонопольный орган новое заявление.

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:

Признать <...> нарушившим требования пункта 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе при распространении в системе Яндекс.директ недостоверной рекламы относительно предлагаемой цены товара.

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

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>

Исп. <...>
