

## РЕШЕНИЕ

по делу № 077/05/26-5135/2020

«17» июня 2020 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 № 077/05/26-5135/2020, возбужденное в отношении ООО «Гугл» по признакам нарушения части 5 статьи 26 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении в ноябре 2019 года в системе контекстной рекламы Google Adwords на сайте в сети Интернет по адресу <https://www.youtube.com> рекламы охотничьего оружия: *«Цены на охотничье оружие — ТРК СпортЕХ — м. Авиамоторная»*,

в присутствии ООО «Гугл» в лице <...> (по доверенности № б/н от 04.06.2019),

в отсутствие ООО «Клик.Ру», ООО «ПромоПульт», ООО «Евромолл» (уведомлены надлежащим образом),

### УСТАНОВИЛА:

Дело № 077/05/26-5135/2020 возбуждено в отношении ООО «Гугл» на основании заявления физического лица по факту распространения в ноябре 2019 года в системе контекстной рекламы Google Adwords на сайте в сети Интернет по адресу <https://www.youtube.com> рекламы: *«Цены на охотничье оружие — ТРК СпортЕХ — м. Авиамоторная»*.

До рассмотрения дела ООО «Клик.Ру» и ООО «ПромоПульт» были заявлены письменные ходатайства о рассмотрении дела в их отсутствие.

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 «Гугл» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 14.12.2005 за основным государственным регистрационным номером 1057749528100, ИНН/КПП 7704582421/770501001.

ООО «Клик.Ру» является юридическим лицом, действующим на



основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 01.03.2010 за основным государственным регистрационным номером 1107746150126; ИНН 7743771327; КПП 773301001.

ООО «ПромоПульт» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 24.05.2011 за основным государственным регистрационным номером 1117746402190, ИНН/КПП 7733768188/773301001.

ООО «Евромолл» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 24.06.2014 за основным государственным регистрационным номером 1147746711881, ИНН/КПП 7722847342/772201001.

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 сети Интернет, а равно была доступна неограниченному кругу лиц-потребителей рекламы.

Установлено, что 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.

Из содержания рекламы следует, что объектом рекламирования является охотничье оружие.

Согласно части 5 статьи 26 Закона о рекламе реклама гражданского оружия, в том числе оружия самообороны, спортивного, охотничьего и сигнального оружия, допускается только:

- 1) в периодических печатных изданиях, на обложках и в выходных данных которых содержится информация о специализации указанных изданий на сообщениях и материалах рекламного характера, а также в специализированных печатных изданиях для пользователей гражданского оружия;

- 2) в местах производства, реализации и экспонирования такого оружия, а также в местах, отведенных для стрельбы из оружия;

3) в теле- и радиопрограммах с 22 до 7 часов местного времени.

При этом, в данном случае реклама охотничьего оружия вопреки требованиям статьи 26 Закона о рекламе была размещена в системе контекстной рекламы в сети «Интернет».

Между тем, на заседании Комиссии Управления ООО «Гугл» заявлены доводы о том, что объектом рекламирования является не охотничье оружие, а торговое помещение — магазин СпортЕХ, на официальном сайте которого [www.sportex-tc.ru](http://www.sportex-tc.ru) отсутствует информация о продаже охотничьего оружия. В связи с чем, ООО «Гугл» возражает против установления в качестве объекта рекламирования именно охотничьего оружия, а следовательно считает, что данная реклама не нарушает положения части 5 статьи 26 Закона о рекламе.

В свою очередь, Комиссия Управления считает необходимым процитировать полное содержание рассматриваемой рекламы:

*«Цены на охотничье оружие — ТРК СпортЕХ — м. Авиамоторная. Все в одном месте. Скидки. Товары для охоты. Целый этаж специализированных магазинов. 20 000 товаров. Скидки. 500 брендов. Акции. [www.sportex-tc.ru/охота](http://www.sportex-tc.ru/охота)».*

Согласно отчету из сервиса ООО «Гугл», представленному в материалы дела, рассматриваемая реклама размещалась с заголовком 1: «Цены на охотничье оружие», заголовком 2: «ТРК СпортЕХ — м. Авиамоторная» с использованием таких ключевых слов, как «оружие», «охотничье», «цены», «фото».

Также согласно материалам дела при клике на рекламу происходил переход на сайт в сети Интернет по адресу [www.sportex-tc.ru](http://www.sportex-tc.ru), который посвящен описанию деятельности торгово-развлекательного центра «СпортЕХ», в том числе находящимся в нем магазинам, среди которых есть несколько специализирующихся на товарах для охоты и рыбалки. При этом, на фотографиях витрин таких магазинов имеется оружие: винтовки, ружья.

Таким образом, оценивая содержание рекламы целиком в совокупности с выбранными для ее показа ключевыми словами и содержанием сайта в сети Интернет, на который происходил переход при клике на рекламу, Комиссия Управления приходит к выводу, что рассматриваемая реклама преследовала цель привлечения внимания именно к охотничьему оружию, которое доступно к покупке. При этом, факт указания на конкретный торговый объект, в котором это оружие можно приобрести, является вторичным обстоятельством, на которое потребитель обращает внимание, руководствуясь интересом приобрести именно охотничье оружие.

В этой связи доводы ООО «Гугл» относительно иного толкования содержания данной рекламы не находят своего подтверждения согласно имеющимся в материалах дела доказательствами, в связи с чем подлежат отклонению.

Таким образом, распространение в ноябре 2019 года в системе контекстной рекламы Google Adwords на сайте в сети Интернет по адресу <https://www.youtube.com> рекламы охотничьего оружия: «Цены на охотничье оружие — ТРК СпортЕХ — м. Авиамоторная» является нарушением части 5

статьи 26 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе за нарушение положений части 5 статьи 26 Закона о рекламе ответственность несет рекламодатель.

Согласно пункту 7 статьи 3 Закона о рекламе под рекламодателем понимается лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Комиссией Управления установлено, что лицом, осуществившим доведение рассматриваемой рекламы до неопределенного круга лиц, является ООО «Гугл».

В материалы дела представлены письменные пояснения ООО «Гугл», согласно которым Общество не считает себя надлежащим рекламодателем рассматриваемой рекламы в связи с тем, что владельцем сервиса Google AdWords, равно как и администратором доменов google.ru, google.com, youtube.com является Google LLC, которое обеспечивает возможность размещения рекламы, при этом ООО «Гугл» выполняет сугубо техническую функцию по продаже рекламного пространства и не имеет возможности влиять на какие-либо аспекты функционирования данных сервисов.

Между тем, Комиссией Управления в соответствии с материалами дела установлено, что рассматриваемая реклама размещалась на основании следующих договоров:

- договора об оказании рекламных услуг Гугл № 488410385349102 от 29.12.2014, заключенного между ООО «Гугл» и ООО «Клик.Ру» (далее — договор № 488410385349102);
- договора об оказании услуг в сети Интернет № 117-12а от 01.03.2012, заключенного между ООО «Клик.Ру» и ООО «ПромоПульт»;
- агентского договора № 958935/33579 от 26.03.2019, заключенного между ООО «ПромоПульт» и ООО «Евромолл».

Согласно разделу II договора № 488410385349102 ООО «Гугл» обязуется оказывать ООО «Клик.Ру» рекламные услуги в объеме, установленном качества и в сроки, указанные в договоре, а ООО «Клик.Ру» обязуется оплатить услуги согласно настоящему договору.

Согласно пункту 6 раздела IV договора № 488410385349102 если не указано иное, ООО «Гугл» и/или любой из партнеров обладает правом в любое время отказать в размещении или удалить любое объявление, рекламную информацию или контекстный объект по любым основаниям и без таковых.

Согласно пункту 5 дополнительного соглашения № 1000000000392755 к договору № 488410385349102 с учетом исключений, предусмотренных в руководствах, пользовательском интерфейсе программы или в любом соглашении, содержащем ссылку настоящие Условия (Правила), каждая из сторон вправе отменить любой рекламный материал в любое время до проведения по нему аукциона или до его размещения.

Также в материалы дела представлены платежные документы,

подтверждающие принятие ООО «Гугл» оплаты за оказанные услуги ООО «Клик.Ру».

На основании изложенного Комиссия Управления приходит к выводу, что несмотря на указание ООО «Гугл» на осуществление исключительно технической функции по размещению рекламы в системе Google AdWords, Общество наделено в силу имеющихся договорных правоотношений с контрагентом дополнительными правами и обязанностями, позволяющими не просто размещать рекламные объявления, но и не допускать их размещение. При этом, обстоятельства, которые могут послужить причинами блокировки размещения рекламных объявлений, являются усмотрением ООО «Гугл», как лица, которое специализируется на осуществлении подобной деятельности, и на которого в соответствии с положениями Закона о рекламе как на рекламодателя возлагается обязанность не распространять рекламу с нарушением части 5 статьи 26 Закона о рекламе, независимо от того, известно ли это лицу или возложена ли на него данная ответственность договором.

В рассматриваемом случае материалами дела подтверждается, что реклама стала доступна неопределенному кругу лиц в связи с действиями ООО «Гугл», которые обеспечили ее размещение в системе Google AdWords, при этом тот факт, что работоспособность данной системы осуществляют иные лица в контексте имеющихся в материалах дела доказательств не отменяют статус ООО «Гугл» как рекламодателя рассматриваемой рекламы.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России при распространении в ноябре 2019 года в системе контекстной рекламы Google Adwords на сайте в сети Интернет по адресу <https://www.youtube.com> рекламы охотничьего оружия: «Цены на охотничье оружие — ТРК СпортЕХ — м. Авиамоторная» в действиях ООО «Гугл» установлено нарушение части 5 статьи 26 Закона о рекламе.

Доказательств, свидетельствующих о прекращении распространения указанной рекламы, ООО «Гугл» не представлено.

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 «Гугл» 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

#### РЕШИЛА:

1. Признать ООО «Гугл» нарушившим требования части 5 статьи 26 Закона о рекламе при распространении в ноябре 2019 года в системе контекстной рекламы Google Adwords на сайте в сети Интернет по адресу <https://www.youtube.com> рекламы охотничьего оружия: *«Цены на охотничье оружие — ТРК СпортЕХ — м. Авиамоторная»*.

2. Выдать ООО «Гугл» предписание 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