

ПО/38934/20 от 09.07.2020

ООО «Императорский монетный двор»

111024, г. Москва,  
ул. 2-я Кабельная, д. 2, стр. 19

order@imdvor.ru

<...>

ООО «Яндекс»

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

<...>

<...>

АО «Первый канал»

Академика Королева ул., д. 12,  
г. Москва, 127427

<...>

**РЕШЕНИЕ**  
**по делу № 077/05/5-6063/2020**

«23» 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) в составе:

председателя Комиссии – <...>

членов Комиссии – <...><...>

рассмотрев дело № 077/05/5-6063/2020, возбужденное в отношении ООО «Императорский монетный двор» (ОГРН 1127746433462, ИНН 7722777825) по факту распространения 31.01.2020 рекламы «Медаль 75

лет со дня Великой победы — Бесплатно» в системе «Яндекс.Директ», а также 02.02.2020 рекламы «Закажи монету БЕСПЛАТНО» на телеканале «Первый канал», с нарушением части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе),

в присутствии представителя ООО «Императорский монетный двор» в лице <...> (на основании доверенности № <...>),

в отсутствие ООО «Яндекс», АО «Первый канал» (уведомлены надлежащим образом),

#### УСТАНОВИЛА:

Дело № 077/05/5-6063/2020 возбуждено в отношении ООО «Императорский монетный двор» на основании заявлений физических лиц, а также материалов, по факту распространения 31.01.2020 рекламы «Медаль 75 лет со дня Великой победы — Бесплатно» в системе «Яндекс.Директ», а также 02.02.2020 рекламы «Закажи монету БЕСПЛАТНО» на телеканале «Первый канал».

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

ООО «Императорский монетный двор» (место нахождения: 111024, г. Москва, ул. 2-я Кабельная, д. 2, стр. 19) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 01.06.2012 за основным государственным регистрационным номером 1127746433462, ИНН 7722777825, КПП 772201001.

ООО «Яндекс» (место нахождения: Льва Толстого ул., д. 16, г. Москва, 119021) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 18.09.2002 за основным государственным регистрационным номером 1027700229193, ИНН 7736207543, КПП 770401001.

АО «Первый канал» (место нахождения: Академика Королева ул., д. 12, г. Москва, 127427) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 16.09.2002 за основным государственным регистрационным номером 1027700222330, ИНН 7717039300, КПП 771701001.

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 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) 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).

Таким образом, для признания спорной информации рекламой такая информация должна отвечать определенным признакам, а именно: быть распространенной; адресованной неопределенному кругу лиц; направленной на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему; направленной на продвижение объекта рекламирования на рынке.

Реклама распространялась на телеканале «Первый канал» и в системе «Яндекс.Директ». 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. Лицами, участвующими в деле не оспаривается.

Резюмируя изложенное, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что рассматриваемая реклама была распространена и адресована неопределенному кругу лиц-потребителей рекламы.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе объектом рекламирования являются 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.

Исходя из комплексного изучения макетов рекламы, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу, что объектом рекламирования в настоящем случае является маркетинговая акция по приобретению памятной медали, проводимая ООО «Императорский монетный двор».

Рассматриваемая реклама, проводимая ООО «Императорский монетный двор», была распространена в системе «Яндекс.Директ» и на телеканале «Первый канал». Данные факты подтверждаются представленными материалами, а также не отрицаются лицами, участвующими в деле.

Резюмируя изложенное, рассматриваемая информация распространялась неопределенному кругу лиц, исходя из способа распространения и содержания, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, а следовательно является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе.

Таким образом, рассматриваемая реклама должна соответствовать требованиям Закона о рекламе.

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.

Данная норма права запрещает вводить потребителей в заблуждение посредством искажения смысла рекламной информации ввиду отсутствия части существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования.

Таким образом, норма части 7 статьи 5 Закона о рекламе запрещает в рекламе умалчивать или доводить ненадлежащим образом информацию, которая, будучи однозначно сообщенной, изменила бы созданное рекламой представление потребителей о товаре, об условиях его приобретения или использования.

Отсутствие в рекламе какой-либо части информации о товаре (услуге) приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемым товаром (услугой).

В соответствии с пунктом 28 Постановления, рекламодаделец вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

Поэтому если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования.

В системе «Яндекс.Директ» распространялась реклама следующего содержания: «Медаль 75 лет со дня Великой победы — Бесплатно». На телеканале «Первый канал» содержались следующие сведения: «75 лет со дня победы в Великой Отечественной войне. Для каждого россиянина памятная медаль за 0 руб.». При переходе по ссылке или позвонив по указанному в рекламе телефону, итоговая цена товара с доставкой отличается от заявленной в рекламе.

При этом вышеуказанные тексты рекламы выполнены крупным, хорошо читаемым контрастным шрифтом, размещенном на ярком фоне, в результате чего внимание потребителей привлекается именно к данной части рекламы, а именно к бесплатному получению памятной медали в честь 75-летия со дня победы в Великой Отечественной войне.

Вместе с тем, размещение данной информации сопровождается дополнительными сведениями, изложенными более мелким шрифтом и расположенными внизу от основной части рекламного макета в рекламе на телеканале «Первый канал» и отсутствовали вовсе в системе «Яндекс.Директ».

Стоит отметить, что рассматриваемая реклама в системе «Яндекс.Директ» содержит ссылку на адрес в сети Интернет [medal-pobeda75let.ru](http://medal-pobeda75let.ru), который ведет на официальную страницу ООО «Императорский монетный двор». На данной странице содержится форма для заказа памятной медали, подробное описание условий указанной маркетинговой акции, включая информацию о доставке, сроках и иной существенной информации.

Интернет-ссылка представляет собой графическое изображение небольшого размера функцией которого является перевод пользователя на сайт лица, разместившего ссылку. Сама ссылка не может рассматриваться отдельно от сайта, на который она ведет. Фактически ссылка, неразрывно связанная с сайтом, является частью того сайта, который открывается после «клика» на ссылку, и не может рассматриваться в отрыве от самого сайта.

Однако Комиссией Московского УФАС России установлено, что даже при переходе по гиперссылке на сайте [medal-pobeda75let.ru](http://medal-pobeda75let.ru) указаны ненадлежащие сведения о бесплатном получении памятной медали. Фраза на самом сайте «Цена медали: 0 руб. Упаковка и пересылка: 299 руб» содержит противоречащую рекламе информацию об обязательном оформлении платной доставки (упаковки и пересылки). Следовательно совокупное восприятие рекламы и информации на сайте в сети Интернет не свидетельствует об отсутствии в рекламе части существенной информации, что создает у потребителя рекламы впечатление о возможности воспользоваться бесплатным предложением. Потребитель изначально в системе «Яндекс.Директ» обращает внимание на фразу «Медаль 75 лет со дня Великой победы — Бесплатно», а при переходе по ссылке получает сведения об обязательной оплате доставки в размере 299 руб. В свою очередь информация о том, можно ли получить медаль, не используя услуги (самовывозом и т. п.), и в рекламе и на странице перехода отсутствует.

На телеканале «Первый канал» распространялся рекламный видеоролик, в котором крупным шрифтом указана информация: «БЕСПЛАТНО памятная медаль для каждого россиянина». Далее внизу рекламного видеоролика более мелким шрифтом указывались условия приобретения памятной медали с обязательной платной доставкой в размере 299 руб. Рекламный текст сопровождался голосовой озвучкой, в которой также содержалась фраза следующего содержания: «Императорский Монетный Двор в честь 75-ой годовщины Победы советского народа над фашизмом, подготовил для каждого россиянина памятную медаль «75 лет Великой Победы» БЕСПЛАТНО!».

В настоящем случае основные рекламные макеты являются яркими, привлекающими к себе внимание, текст в них выполнен крупным, хорошо читаемым контрастным шрифтом, размещенном на ярком фоне, в результате чего внимание потребителей рекламы привлекается именно к данной части рекламы.

Из буквального прочтения указанного текста рекламы следует, что потребитель может получить памятную медаль, посвященную годовщине победы в Великой Отечественной войне, абсолютно бесплатно.

Условия маркетинговой акции содержат в себе информацию о том, что для участия в акции потенциальному потребителю необходимо заполнить форму оформления заказа, а также при получении оплатить 299 руб. за доставку и упаковку данного заказа.

Комиссией установлено, что бесплатный самовывоз или иной безвозмездный способ получения памятной медали отсутствует. Обязательная оплата происходит только по факту получения товара по почте или курьером.

Все вышеуказанные дополнительные сведения занимают незначительную часть рекламных макетов либо отсутствуют вовсе.

Кроме того, использование в рекламе таких фраз как «Цена 0 руб», «*БЕСПЛАТНО для каждого россиянина*», «*Бесплатная медаль 75 лет Победы*», «*за 0 руб.*» производит на лиц-потребителей рекламы впечатление о том, что для получения медали какая-либо оплата не требуется.

Между тем, получить медаль бесплатно, позвонив по телефону или заполнив электронную форму, невозможно. Согласно условиям акции, таким образом происходит лишь регистрация участников для дальнейшего направления товара и оплаты его при получении.

Подобные способ и форма изложения информации в рекламе приводят к созданию у лиц-потребителей рекламы ложного представления о характере акции, необходимых действиях для участия в данной акции, об условиях получения товара.

Формальное присутствие в рекламе, распространенной на телеканале «Первый канал», обозначенных условий (упаковка и пересылка: 299 руб.) не позволяет потребителю рекламы воспринимать данные сведения в силу способа их изложения, а также их содержания. Указанный вывод подтверждается многочисленными жалобами, поступающими в антимонопольный орган на аналогичную рекламу маркетинговых акций, проводимых ООО «Императорский монетный двор».

В рассматриваемом случае ООО «Императорский монетный двор» достигается цель дополнительного стимулирования интереса потребителей рекламы к бесплатному получению медали, за которую обязательно необходимо заплатить.

В случае, если потребителя заинтересовало рекламное предложение по приобретению бесплатного товара, ему должны быть предоставлены все существенные условия его получения. Между тем законодательство о рекламе прямо предусматривает возможность получения таких сведений из содержания рекламы.

В рассматриваемой рекламе содержалась информация о бесплатном получении памятной медали. Так как заинтересованность потребителя в данном случае складывается исключительно из содержания рекламного предложения, то сведения в рекламе однозначно ассоциируются с безвозмездным получением товара в полном объеме без каких-либо дополнительных условий. Совокупное

восприятие рекламы не позволяет сделать вывод о том, что бесплатное получение товара предусматривает обязательную его оплату.

По мнению ООО «Императорский монетный двор», Обществом была достигнута максимальная степень информирования потребителей о существенных условиях акции. Однако, исходя из нормативных требований, все основные условия должны быть указаны в самой рекламе, чтобы потребитель при просмотре рекламного предложения смог самостоятельно сделать прямой недвусмысленный вывод о личной заинтересованности либо незаинтересованности в рекламном предложении. Как было указано ранее, фразы «бесплатно каждому», «за 0 руб.» по умолчанию предполагают бесплатное получение товара. Тогда как фраза «299 руб. за доставку и упаковку» прямо указывает на дополнительные расходы для потребителя, а равно получение товара не может трактоваться как «бесплатно». Данные действия вводят в заблуждение лиц-потребителей рекламы в связи с ненадлежащей подачей информации на рекламных макетах.

Все вышеприведенные обстоятельства позволяют сделать вывод о том, что ООО «Императорский монетный двор» проявило недобросовестность при определении содержания рекламы, что привело к искажению смысла рекламы и ввело в заблуждение неопределенный круг лиц-потребителей рекламы.

Таким образом, при распространении 31.01.2020 рекламы «Медаль 75 лет со дня Великой победы — Бесплатно» в системе «Яндекс.Директ», а также 02.02.2020 рекламы «Закажи монету БЕСПЛАТНО» на телеканале «Первый канал», установлено нарушение части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение части 7 статьи 5 Закона о рекламе в соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе несет рекламодаделец.

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

На основании представленных в материалах настоящего дела документов установлено, что ООО «Императорский монетный двор» осуществляет деятельность, связанную с розничной торговлей товарами дистанционным способом.

Так как информация была распространена и адресована неопределенному кругу лиц-потребителей рекламы, осуществлялось в интересах и по заказу ООО «Императорский монетный двор», Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что рекламодателем спорной рекламы является ООО «Императорский монетный двор», что подтверждается самим Обществом.

В соответствии с представленными документами и сведениями, рассматриваемая реклама ООО «Императорский монетный двор» размещалась на основании договоров, заключенных с участием ООО «Яндекс» в системе «Яндекс.Директ» и с участием АО «Первый канал» на телеканале «Первый канал», что также не отрицается и подтверждается лицами, участвующими в деле.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России, в действиях

ООО «Императорский монетный двор» при размещении 31.01.2020 рекламы «Медаль 75 лет со дня Великой победы — Бесплатно» в системе «Яндекс.Директ», а также 02.02.2020 рекламы «Закажи монету БЕСПЛАТНО» на телеканале «Первый канал», установлено нарушение части 7 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 «Императорский монетный двор», ООО «Яндекс», АО «Первый канал» предписаний 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 ООО «Императорский монетный двор» (ОГРН 1127746433462, ИНН 7722777825) нарушившим требования части 7 статьи 5 Закона о рекламе при распространении 31.01.2020 рекламы «Медаль 75 лет со дня Великой победы — Бесплатно» в системе «Яндекс.Директ», а также 02.02.2020 рекламы «Закажи монету БЕСПЛАТНО» на телеканале «Первый канал», в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, когда при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

2. Выдать ООО «Императорский монетный двор» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Выдать ООО «Яндекс», АО «Первый канал» предписания о прекращении распространения рекламы с нарушением 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

<...>

<...>

Исполнитель: <...>