

Исх. №ВЧ-08/2083 от 09.03.2023 г.

Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан «...», рассмотрев протокол и материалы дела №016/04/14.3-73/2023 об административном правонарушении, возбужденного в отношении юридического лица – ООО «Яндекс» (ИНН: 7736207543) по факту нарушения требований части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»), ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ),

в отсутствие ООО «Яндекс» или его представителя по доверенности, надлежащим образом уведомленного о дате, времени и месте рассмотрения настоящего административного дела,

УСТАНОВИЛ:

В ходе проведения мониторинга информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Управление, Татарстанское УФАС по РТ) 28.07.2022 установлен факт распространения рекламы с текстом: «28 ноября 2022 года КСК «УНИКС», Мировое шоу Queen Classics. Повышение цен 15 августа. eventation.ru. Главные хиты группы Queen в Казани. Повышение цен 15.08!», содержащая признаки нарушения Закона «О рекламе».

Фотоизображения Рекламного объявления представлено ниже:

«...»

Представленное рекламное объявление «кликабельное», при переходе открывается сайт: «...»

Фотоизображения содержания сайта представлены ниже:

«...»

При этом в качестве рекламодателя указанной рекламы указана организация Eventation.ru. Информация размещена по адресу: «...»

Фотоизображения содержания сайта представлены ниже:

«...»

На анализируемом сайте в качестве контакта с рекламодателем указан абонентский номер +7 (499) 390-71-86, который согласно открытым источникам данных, принадлежит ООО «СМ-МЕДИА ГРУП» (ИНН: 7702727600, 123317, г. Москва, ул. Литвина-Седого, д. 5, стр. 1, этаж 1, пом. 1, ком. 9).

Исходя из размещенной на сайте информации следовало, что рекламируемое мероприятие состоится 28.11.2022 в КСК «УНИКС», расположенном по адресу: г. Казань, ул. Профессора Нужи́на, д. 2.

Согласно поступившему ответу от ООО «ЯНДЕКС» реклама размещена в рамках договора возмездного оказания услуг № 32246/15 от 01.03.2015, заключённого

между ООО «Яндекс» и ООО «Клик.ру» (ОГРН 1107746150126, ИНН 7743771327, юридический адрес: 125364, г. Москва, ул. Свободы, д. 50, стр. 3, офис. 51).

По имеющейся у ООО «Яндекс» информации, в отношении Рекламы использовались настройки опции «регион показа»: Казань.

Вышеуказанные действия содержат признаки нарушений части 10.1 статьи 5 Закона «О рекламе».

На основании вышеизложенного Управлением возбуждено дело №016/05/5-1327/2022 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в отношении ООО «Клик.ру».

Согласно части 1 статьи 3 Закона о рекламе под рекламой понимается 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.

Согласно части 10.1 статьи 5 Закона «О рекламе», не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от 29 декабря 2010 года №436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», без указания категории данной информационной продукции.

Под информационной продукцией согласно статье 2 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» понимаются предназначенные для оборота на территории Российской Федерации продукция СМИ, печатная продукция, аудиовизуальная продукция на любых видах носителей, программы для электронных вычислительных машин (программы для ЭВМ) и базы данных, а также информация, распространяемая посредством зрелищных мероприятий, посредством информационно-телекоммуникационных сетей, в том числе Интернета, и сетей подвижной радиотелефонной связи.

Согласно части 3 статьи 6 Федерального Закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», классификация информационной продукции осуществляется в соответствии с требованиями настоящего Федерального закона по следующим категориям информационной продукции:

- 1) информационная продукция для детей, не достигших возраста шести лет;
- 2) информационная продукция для детей, достигших возраста шести лет;
- 3) информационная продукция для детей, достигших возраста двенадцати лет;
- 4) информационная продукция для детей, достигших возраста шестнадцати лет;
- 5) информационная продукция, запрещенная для детей (информационная продукция, содержащая информацию, предусмотренную частью 2 статьи 5 настоящего Федерального закона).

В ходе рассмотрения этого дела были представлены пояснения ООО «Клик.ру» (вх. № 11172 от 02.09.2022) исходя из которых следует, что сервис Click.ru - это интернет

сервис, позволяющий вести рекламные кампании в сервисах контекстной и таргетированной рекламы, используя единый интерфейс и единую точку оплаты.

Заказы на размещение рекламно-информационных материалов поступают от рекламодателей в ООО «Клик.ру» в электронной форме через их персональные аккаунты в Сервисе «Click.ru» - интернет сервис, позволяющий вести рекламные кампании в сервисах контекстной и таргетированной рекламы, используя единый интерфейс и единую точку оплаты (далее - «Сервис»).

С даты регистрации аккаунта, с которого размещалась спорная реклама, включая первые дни размещения, рекламная компания, в рамках которой было опубликовано рекламное объявление оплачивалась:

Обществом с ограниченной ответственностью «МЕЖДУНАРОДНОЕ КОНЦЕРТНОЕ АГЕНТСТВО «МОСШОУ» (ИНН 7702762852, юридический адрес: г. Москва, Тарный проезд, д. 11, стр. 8, этаж 1, пом. IV, ком. 1).

16.09.2022 в адрес Управления поступили пояснения ООО «СМ-МЕДИА ГРУП» (вх. № 11813), согласно которым как следует из Правил модерации Яндекс, размещенных в общем доступе в сети интернет <https://yandex.ru/support/direct/moderation/adv-rules.html>, при размещении рекламного материала возрастные ограничения должны быть указаны во всех объявлениях, которые рекламируют информационную продукцию:

- игры, фильмы;
- концерты, спектакли, спортивные матчи и другие зрелищные мероприятия;
- печатные издания (газеты, журналы и книги);
- программы и передачи на ТВ и радио;
- базы данных и компьютерные программы.

Возрастная отметка «16+» добавляется на объявления автоматически. Для тематик, относящихся к взрослому контенту, по умолчанию будет добавлена отметка «18+».

Из ответа Службы Яндекс Директ, также следует, что маркировка производится в автоматическом режиме.

18.10.2022 в адрес Татарстанского УФАС поступили письменные пояснения ООО «Международное концертное агентство «МОСШОУ» (вх. №13101), согласно которым следует, что по Правилам модерации Яндекс, размещенных в сети «Интернет» <https://yandex.ru/support/direct/moderation/adv-rules.html> при размещении рекламного материала возрастные ограничения должны быть указаны во всех объявлениях, которые рекламируют информационную продукцию:

- игры, фильмы;
- концерты, спектакли, спортивные матчи и другие зрелищные мероприятия;
- печатные издания (газеты, журналы и книги);
- программы и передачи на ТВ и радио;

- базы данных и компьютерные программы.

Возрастная отметка «16+» добавляется на объявления автоматически. Для тематик, относящихся к взрослому контенту, по умолчанию будет добавлена отметка «18+».

Вместе с тем, Общество считает, что ответственность за маркировку рекламного материала несет ООО «Яндекс».

В связи с представленными письменными пояснениями в адрес ООО «Яндекс» было направлено письмо о представлении позиции относительно вышеизложенных доводов ООО «Международное концертное агентство «МОСШОУ».

15.11.2022 в адрес Управления поступили письменные пояснения ООО «ЯНДЕКС» (вх. №14173), исходя из содержания, которых следует, что в рассматриваемой ситуации Общество рекламодателем считает ООО «ЯНДЕКС».

Из положения части 7 статьи 38 Закона о рекламе следует, что за нарушение требований, установленных частью 10.1 статьи 5 Закона «О рекламе», ответственность несет рекламодатель.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе», реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В соответствии с частью 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Ответственность за данное правонарушение предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, согласно которой нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 5 настоящей статьи, частью 4 статьи 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 КоАП РФ, – влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Таким образом, действия ООО «ЯНДЕКС», выразившиеся в нарушении законодательства о рекламе, образуют состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

«...»

Руководствуясь статьями 23.48, 29.9, а также частью 1 статьи 14.3, части 2 и 3 статьи 3.4, частью 2 статьи 25.1, статьей 29.10 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

Признать юридическое лицо ООО «Яндекс» (ИНН: 7736207543) виновным в

совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ и назначить наказание в виде административного штрафа в размере 100 000 (сто тысяч) рублей 00 копеек.

В соответствии с частью 5 статьи 3.5 КоАП сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме.

Согласно части 1 статьи 32.2 КоАП РФ, административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее 60 (шестидесяти) дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу, за исключением случая, предусмотренного частью 1.1 статьи 32.2 КоАП РФ, либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 КоАП РФ.

Сумма административного штрафа должна быть перечислена по следующим реквизитам:

«...»

Назначение платежа – денежное взыскание (штраф) за нарушение законодательства о рекламе, налагаемое федеральным органом государственной власти по делу №016/04/14.3–73/2023.

Копию документа, подтверждающего уплату административного штрафа, лицо, привлеченное к административной ответственности, направляет должностному лицу, вынесшему постановление, по факсу в Татарстанское УФАС России, ул. Московская д. 55, г. Казань, 420021, тел: (843) 238-30-41, а также направив на электронную почту to16-«...»@fas.gov.ru.

Согласно части 5 статьи 32.2 КоАП РФ, при отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, и информации об уплате административного штрафа в Государственной информационной системе о государственных и муниципальных платежах, по истечении срока, указанного в части 1 или 1.1 статьи 32.2 КоАП РФ, судья, орган, должностное лицо, вынесшие постановление, направляют соответствующие материалы судебному приставу-исполнителю для взыскания суммы административного штрафа в порядке, предусмотренном федеральным законодательством. Кроме того, в отношении лица, не уплатившего административный штраф, должностное лицо федерального органа исполнительной власти, его учреждения, структурного подразделения или территориального органа, а также иного государственного органа, уполномоченного осуществлять производство по делам об административных правонарушениях (за исключением судебного пристава-исполнителя), составляет протокол об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 20.25 КоАП РФ, в соответствии с которой неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного штрафа.

В соответствии с пунктом 7 статьи 21 Федерального закона от 02.10.2007г. №229-ФЗ «Об исполнительном производстве» постановление о наложении штрафа может быть предъявлено к исполнению в течение двух лет со дня их вступления в законную силу.

В соответствии с частью 1 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу, либо суд в течение 10 суток со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно статье 31.1 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

«...»