

ООО «Яндекс»

<...>

ООО «Деливери Клуб»

<...>

РЕШЕНИЕ

по делу № 077/05/25-11586/2023

«23» ноября 2023 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: <...>й,

членов Комиссии: <...>й, <...>й,

рассмотрев дело № 077/05/25-11586/2023, возбужденное в отношении

ООО «Деливери Клуб» (ИНН 7705891253), ООО «Яндекс» (ИНН 7736207543) по

факту распространения 20.06.2023 рекламы «Лоперамид-Алиум 2 мг 20 шт капсулы

Купить на market-delivery.yandex.ru», с признаками нарушения части 7 статьи 24

Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о

рекламе),

в присутствии представителя ООО «Деливери Клуб» (посредством видеоконференцсвязи),

в отсутствие представителей ООО «Яндекс» (направлено ходатайство о

рассмотрении дела в отсутствие представителей — вх. № 74625-ЭП/23 от

16.11.2023),

2023-56959

2

УСТАНОВИЛА:

Дело № 077/05/25-11586/2023 возбуждено в отношении ООО «Деливери Клуб», ООО «Яндекс» на основании заявления физического лица относительно

распространения 20.06.2023 в системе «Яндекс.Директ» рекламы «Лоперамид-

Алиум 2 мг 20 шт капсулы Купить на market-delivery.yandex.ru».

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.

Согласно пункту 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.

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.

Установлено, что при нажатии на спорную рекламу осуществлялся переход на

сайт в сети Интернет по адресу

[https://marketdelivery.yandex.ru/retail/samson_farma/product/4a39acd8-6d15-4937-](https://marketdelivery.yandex.ru/retail/samson_farma/product/4a39acd8-6d15-4937-88b24fc4a0b32d5c?item=4a39acd8-6d15-4937-88b2-4fc4a0b32d5c)

[88b24fc4a0b32d5c?item=4a39acd8-6d15-4937-88b2-4fc4a0b32d5c](https://marketdelivery.yandex.ru/retail/samson_farma/product/4a39acd8-6d15-4937-88b24fc4a0b32d5c?item=4a39acd8-6d15-4937-88b2-4fc4a0b32d5c), на котором

предлагается лекарственный препарат Лоперамид-Алиум.

Предметом рассмотрения настоящего дела является распространяемая в

системе «Яндекс.Директ» реклама лекарственного препарата.

Информация размещалась в сети Интернет, а следовательно, сведения были

распространены широкому заранее неопределенному кругу лиц.

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.

Резюмируя изложенное, Комиссия установила, что рассматриваемая информация, размещенная в системе «Яндекс.Директ», является рекламой, что

сторонами по делу не оспаривается.

2023-56959

3

Согласно части 7 статьи 24 Закона о рекламе реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики,

лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и

использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или

получения консультации специалистов. В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять

не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при

кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд и должно быть отведено не

менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими

способами, - не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного

пространства). Требования настоящей части не распространяются на рекламу,

распространяемую в местах проведения медицинских или фармацевтических

выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, а также в

предназначенных для медицинских и фармацевтических работников

специализированных печатных изданиях, и на иную рекламу, потребляемую

которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники.

Из указанной в Государственном реестре лекарственных средств информации

по адресу [https://grls.rosminzdrav.ru/Grls_View_v2.aspx?routingGuid=8039b386-ef5b-](https://grls.rosminzdrav.ru/Grls_View_v2.aspx?routingGuid=8039b386-ef5b-46c7-a724-5a81046fd7fc)

46c7-a724-5a81046fd7fc следует, что Лоперамид-Алиум является лекарственным

препаратом, зарегистрированным под номером ЛП-№(000597)-(РГ-RU).

Из содержания рассматриваемой рекламы следует, что объектом рекламирования является лекарственный препарат Лоперамид-Алиум.

Следовательно, рассматриваемая информация является рекламой лекарственного препарата.

Вместе с тем, требуемое предупреждение в спорной рекламе отсутствовало.

ООО «Деливери Клуб» сообщило, что в сервисе «Яндекс Директ» существует

инструмент для проставления предупреждения с текстом: «Есть противопоказания.

Посоветуйтесь с врачом» в отношении рекламы лекарственных средств, в

соответствии с требованиями Закона о рекламе. В текстовой рекламе

дисклеймер

добавляется ООО «Яндекс» автоматически при принятии рекламных объявлений к

показу, в графические объявления, медийные баннеры и видеорекламу
дисклеймер

должен быть добавлен рекламодателем самостоятельно.

Распространение спорной

рекламы без предупреждающих надписей произошло по технической ошибке ООО

«Яндекс». В виду того, что обязательства по нанесению предупреждающих

надписей при распространении рекламы лекарственных препаратов должен был

исполнить рекламодатель, вины ООО «Деливери Клуб» при распространении спорной рекламы нет.

По мнению Комиссии, ООО «Деливери Клуб», рассчитывая на алгоритмы системы «Яндекс.Директ», не проявило должную осмотрительность при создании

рекламного объявления и контроле за его размещением, что не исключает

зафиксированный факт распространения рекламы, в которой усматриваются

признаки нарушения части 7 статьи 24 Закона о рекламе.

Таким образом, при распространении спорной рекламы установлено нарушение части 7 статьи 24 Закона о рекламе.

2023-56959

4

В силу статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований,

установленных части 7 статьи 24 Закона о рекламе, несет рекламодатель

и рекламодаделец.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 рекламодаделец - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или)

содержание рекламы лицо. Согласно пункту 7 статьи 3 Закона о рекламе под

рекламораспространителем понимается лицо, осуществляющее распространение

рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Спорная реклама распространялась в системе «Яндекс.Директ»,

следовательно, рекламораспространителем является ООО «Яндекс». Данное

обстоятельство Обществом не оспаривается.

Реклама размещается в рамках договора возмездного оказания услуг №

4443423/22 от 16.09.2022 (Приложение № 1 к настоящему ответу), заключённого

между ООО «Яндекс» и ООО «Деливери Клуб».

На основании представленных в материалы дела документов и сведений следует, что рекламодавцем, то есть лицом, определившим объект рекламирования

и (или) содержание рекламы, является ООО «Деливери Клуб». Данное обстоятельство сторонами по делу не оспаривается.

На основании изложенного, в действиях ООО «Деливери Клуб», ООО «Яндекс» установлено нарушение части 7 статьи 24 Закона о рекламе.

Согласно пункту 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел,

возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о

рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от

24 ноября 2020 года № 1922 (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 54 Правил добровольное устранение лицом (лицами)

совершенного нарушения является основанием для антимонопольного органа не

выдавать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской

Федерации о рекламе.

ООО «Яндекс» сообщило, что спорная реклама распространялась в период с

16.06.2023 по 17.07.2023. Комиссией установлено, что в настоящее время спорная

реклама не распространяется, сведений о продолжении распространения рекламы с

нарушением части 7 статьи 24 Закона о рекламе в Московском УФАС России

отсутствует.

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 ООО «Деливери Клуб», ООО «Яндекс» 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 42-47 Правил рассмотрения антимонопольным

2023-56959

5

органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской

Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать ООО «Деливери Клаб», ООО «Яндекс» нарушившими требования

части 7 статьи 24 Закона о рекламе при распространении 20.06.2023 в системе

«Яндекс.Директ» рекламы «Лоперамид-Алиум 2 мг 20 шт капсулы Купить на

market-delivery.yandex.ru».

2. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу

Московского УФАС России для решения вопроса о возбуждении дела об

административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса

Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке,

предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской

Федерации.

Председатель комиссии <...>а

Члены комиссии:

<...>а

<...>а