

ООО «ТВИГА ДИДЖИТАЛ ПЕРФОРМАНС»

ООО «Яндекс»

ООО «Никамед»

РЕШЕНИЕ по делу № 077/05/25-7572/2023 «15» августа 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) в составе: председателя Комиссии – <...>, членов Комиссии – <...>, <...>, рассмотрев дело № 077/05/25-7572/2023 по признакам нарушения ООО «ТВИГА ДИДЖИТАЛ ПЕРФОРМАНС» (ИНН 7709484805), ООО «Яндекс» (ИНН 7736207543), ООО «НИКАМЕД» (ИНН 7713046956) части 1.1 статьи 25 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении 07.04.2023 в рекламы «Биокомплекс Синтезинт в интернет магазине ОРТЕКА» на сайте avito.ru, без указания предупреждения о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством, в присутствии представителей ООО «ТВИГА ДИДЖИТАЛ ПЕРФОРМАНС» (по доверенности), ООО «НИКАМЕД» (по доверенности), в отсутствие ООО «Яндекс» (заявлено ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие), УСТАНОВИЛА: Дело № 077/05/25-7572/2023 возбуждено Московским УФАС России по результатам рассмотрения заявления физического лица относительно распространения 07.04.2023 в рекламы «Биокомплекс Синтезинт в интернет магазине ОРТЕКА» на сайте avito.ru, без указания предупреждения о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством, с признаками нарушения части 1.1 статьи 25 Закона о рекламе. Распространение указанной рекламы подтверждается представленными в материалы дела скриншотами. Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, выслушав доводы представителей сторон по делу, 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, 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. 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. 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. При нажатии на рекламу открывается

гиперссылка для перехода на сайт в сети Интернет по адресу [https://orteka.ru/catalog/bady/filter/brend-is-sintezit/apply/?yclid=1743474174790796271&utm\\_source=yandex&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign=tw\\_master\\_category\\_bady\\_sintezit\\_s\\_rf%7C84625142&utm\\_content=ad\\_13660859403%7Cbd\\_13660859403%7Ccid\\_84625142%7Ccid\\_0%7Cdt\\_desktop%7Cgb\\_5149752290%7Ckey\\_%7Cph\\_43718047847%7Cret\\_43718047847%7Ccgci\\_0%7Cint\\_%7Cmt\\_%7Cmk\\_%7Can\\_%7Cadid\\_43718047847%7Cpos\\_1%7Cpost\\_none%7Csrc\\_avito.ru%7Cst\\_context%7Cm\\_Москва%7Crd\\_213](https://orteka.ru/catalog/bady/filter/brend-is-sintezit/apply/?yclid=1743474174790796271&utm_source=yandex&utm_medium=cpc&utm_campaign=tw_master_category_bady_sintezit_s_rf%7C84625142&utm_content=ad_13660859403%7Cbd_13660859403%7Ccid_84625142%7Ccid_0%7Cdt_desktop%7Cgb_5149752290%7Ckey_%7Cph_43718047847%7Cret_43718047847%7Ccgci_0%7Cint_%7Cmt_%7Cmk_%7Can_%7Cadid_43718047847%7Cpos_1%7Cpost_none%7Csrc_avito.ru%7Cst_context%7Cm_Москва%7Crd_213), на котором предлагаются биологически активные добавки: - «СИНТЕЗИТ ЖЕЛЕЗО» / «SYNTHESIT IRON»; - «Синтезит Сердце-сосуды» - «Синтезит Эликсир №1» / «Synthesit Elixir №1»; - «Синтезит Детокс-Похудение»; - «Синтезит Фитнес-Актив»; - «СИНТЕЗИТ ИММУНОАКТИВ»; - «Синтезит Омоложение-антиоксидант». Согласно части 1.1 статьи 25 Закона о рекламе реклама биологически активных добавок в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством. В данной рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах, при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд, и такому предупреждению должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства). Вместе с тем Закон о рекламе не содержит норм, определяющих каким именно образом необходимо осуществлять размещение текста в рекламе. Информация должна быть четко и ясно доведена до потребителей рекламы для адекватного восприятия. В соответствии с Единым реестром свидетельств о регистрации, расположенном на сайте <https://portal.eaeunion.org>, биологически активная добавка к пище «СИНТЕЗИТ ЖЕЛЕЗО» / «SYNTHESIT IRON»: имеет свидетельство АМ.01.07.01.003.R.000126.11.19 от 19.11.2019; изготовитель и получатель - ООО «НИЦ Синтезтех»; область применения - биологически активная добавка к пище – источник железа. Следовательно рассматриваемая информация является рекламой биологически активных добавок. В рассматриваемой рекламе требуемые предупреждения отсутствуют. Следовательно в настоящем случае 07.04.2023 в рекламе «Биокомплекс Синтезинт в интернет магазине ОРТЕКА» на сайте avito.ru, без указания предупреждения о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством, установлены признаки нарушения части 1.1 статьи 25 Закона о рекламе. В соответствии с частями 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных статьей 25 Закона о рекламе, несут рекламодаделец и рекламораспространитель. В соответствии с пунктом 5 статьи 3 рекламодаделец - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо. Согласно пункту 6 статьи 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму. Согласно пункту 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламораспространитель — лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств. В соответствии с представленными в Московское УФАС России документами и сведениям распространение рассматриваемой рекламы осуществлялось на основании договора

возмездного оказания услуг № 71212/17 от 01.09.2017, заключённого между ООО «Яндекс» и ООО «ТВИГА ДИДЖИТАЛ ПЕРФОРМАНС» (ОГРН 1167746161263, ИНН 7709484805, адрес: 151114, г. Москва, ВН. ТЕР. Г. Муниципальный округ Даниловский, наб. Дербеневская, д. 7, стр. 22, этаж 4, помещ. XIII, ком. 89), а также на основании договора, заключенного ООО «ТВИГА ДИДЖИТАЛ ПЕРФОРМАНС» и ООО «Никамед» № 5584С-ВЗ от 01.03.2021. При этом сайт <https://www.avito.ru/> используется исключительно как информационное пространство для размещения рекламы сервисом «Яндекс.Директ». На заседании Комиссии были представлены пояснения, согласно которым реклама ООО «Никамед» размещается ООО «ТВИГА ДИДЖИТАЛ ПЕРФОРМАНС» самостоятельно, макет рекламы содержал в себе необходимое предупреждение (представлен скриншот из личного кабинета), в связи с чем ответственность несет только рекламодатель. В подтверждение своей позиции было представлено решение Алтайского УФАС России по делу № 022/05/5-33/2023. Комиссия, изучив представленные документы, отклоняет заявленные доводы как необоснованные, исходя из следующего.

Представленный скриншот экрана из личного кабинета не позволяет достоверно установить дату, в которую он был сделан. Следовательно, Комиссия не имеет возможности достоверно убедиться, что необходимое предупреждение было проставлено в дату распространения рекламы — 07.04.2023. В решении Алтайского УФАС России по делу № 022/05/5-33/2023 указано, что распространение рекламы произошло по вине сотрудника Общества. При этом ООО «Яндекс» был представлен макет рекламы, содержащий в себе необходимо предупреждение. Таким образом, сделанные в решении территориального органа выводы не соотносятся с обстоятельствами настоящего дела и учету не подлежат. В настоящем случае ООО «Яндекс» сообщило, что рекламодатель самостоятельно осуществляет подготовку и редактирование рекламной кампании, в том числе составление/изменение рекламных объявлений, подбор ключевых слов, в соответствии с установленной формой в подразделе «Создать кампанию» сайта Яндекс.Директ или соответствующей прикладной программы (в том числе для мобильных устройств) с учетом всех установленных требований. Доступ к указанной форме для создания рекламной кампании рекламодателю (представителю рекламодателя) предоставляется через клиентский веб-интерфейс после авторизации в качестве зарегистрированного пользователя сайта «Яндекс.Директ» (в том числе через соответствующие прикладные программы (включая программы для мобильных устройств) путем ввода логина и пароля рекламодателя). Описанный выше порядок размещения рекламных объявлений не предполагает согласование макетов размещаемых рекламных объявлений между Яндексом и Рекламодателем, а сами рекламные материалы предоставляются Рекламодателем в готовой для размещения форме. Таким образом, Комиссия приходит к выводу, что в макете рекламы изначально отсутствовала необходимая предупреждение. Обратного из материалов дела не следует. При распространении рекламы рекламодателю необходимо в том числе самостоятельно проверять распространяемую рекламу, и не перекладывать ответственность на рекламодателя. Исходя из вышеизложенного Комиссией установлено, что ООО «Яндекс» является рекламодателем. Учитывая, что приведение рекламы ООО «Никамед» в готовый вид по договору осуществляет ООО «ТВИГА ДИДЖИТАЛ ПЕРФОРМАНС»

без согласования процесса с рекламодателем, что на заседании Комиссии подтвердил представитель ООО «ТВИГА ДИДЖИТАЛ ПЕРФОРМАНС», состав Комиссии считает, что ООО «ТВИГА ДИДЖИТАЛ ПЕРФОРМАНС» является рекламопроизводителем рассматриваемой рекламы, а равно ответственным за соблюдение положений части 1.1 статьи 25 Закона о рекламе. Таким образом, в действиях ООО «ТВИГА ДИДЖИТАЛ ПЕРФОРМАНС» и ООО «Яндекс» установлено нарушение части 1.1 статьи 25 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. 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, гражданскоправовых 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 «ТВИГА ДИДЖИТАЛ ПЕРФОРМАНС» и ООО «Яндекс» 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 42-47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России. Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42-47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России,

РЕШИЛА:

1. Признать ООО «ТВИГА ДИДЖИТАЛ ПЕРФОРМАНС» и ООО «Яндекс» нарушившими часть 1.1 статьи 25 Закона о рекламе, выразившегося в распространении 07.04.2023 рекламы «Биокомплекс Синтезинт в интернет магазине ОРТЕКА» на сайте avito.ru, без указания предупреждения о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством.
2. Выдать ООО «ТВИГА ДИДЖИТАЛ ПЕРФОРМАНС» и ООО «Яндекс» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. В отношении ООО «Никамед» рассмотрение по делу № 077/05/25-7572/2023 прекратить.
4. 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 <...> Члены комиссии: <...>, <...>