

ООО «НПО Петровакс Фарм»

Сосновая ул., д.1

с. Покров, г. Подольск, 142143

Московская область

ООО «Яндекс»

Льва Толстого ул., д.16

г. Москва, 119021

АРООП «Народный Контроль»

М. Горького ул., д.29, оф.430

г. Барнаул, 656056

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ №022/05/5-33/2023

Решение изготовлено в полном объеме 2 марта 2023 года г. Барнаул

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии:

<...> – заместитель руководителя управления,

члены Комиссии:

<...> – начальник отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы,

<...> – специалист-эксперт отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы,

рассмотрев дело №022/05/5-33/2023 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, возбужденное по факту распространения рекламы БАД «Артнео» в сети интернет, в которой усматриваются признаки нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»,

в присутствии заявителя - АРООП «Народный Контроль» - в лице исполнительного директора <...>,

в присутствии ООО «НПО Петровакс Фарм» - в лице представителя по доверенности №НПО-203 от 09.08.2022г. <...>, посредством ВКС,

в отсутствие ООО «Яндекс» - извещено надлежащим образом,

УСТАНОВИЛА:

письмом исх.№КТ/4402/23 от 19.01.2023г. ФАС России наделило Алтайское краевое

УФАС России полномочиями по рассмотрению дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы БАД «Артнео» в сети интернет, содержащей признаки нарушения законодательства о рекламе в отношении ООО «НПО Петровакс Фарм» (ИНН 7702302492) и ООО «Яндекс» (ИНН 7736207543).

28.12.2022г. в Алтайское краевое УФАС России поступило заявление АРООП «Народный Контроль» по факту распространения рекламы БАД «Артнео» в сети интернет с нарушением рекламного законодательства (вхд.№2213056).

Из заявления следует, что на сайте «Авито» (www.avito.ru) распространена контекстная реклама БАД «Артнео», которую показывает рекламная сеть Яндекс. Заявитель указывает, что «Авито» является партнером рекламной сети Яндекс и в сайт www.avito.ru внедрен блок, который показывает различную рекламу, в том числе рекламу БАД «Артнео».

К заявлению приложен скриншот рекламы, как указывает заявитель с сайта «Авито», следующего содержания: «АРТНЕО 1 капсула в день и ваши суставы здоровы artneo-collagen.ru Артнео с нативным коллагеном при спортивных нагрузках Помогает вернуть подвижность суставов и свободу движения». Заявитель указывает, что фраза «1 капсула в день и ваши суставы здоровы» указывает на гарантию результата и вводит потребителей в заблуждение.

Усмотрев в рассматриваемой рекламе признаки нарушения п.6 ч.5 ст.5, п.1 ч.1, ч.1.1 ст.25 Федерального закона «О рекламе», антимонопольным органом 18.01.2023г. возбуждено производство по настоящему делу. Лицами, в действиях которых усматриваются признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, признаны ООО «НПО Петровакс Фарм» и ООО «Яндекс», заявитель - АРООП «Народный Контроль». Рассмотрение дела назначено на 08.02.2023г.

08.02.2023г. в связи с необходимостью получения дополнительных доказательств, рассмотрение дела отложено до 02.03.2023г.

ООО «НПО Петровакс Фарм» представлены письменные пояснения, а также заявлено ходатайство о рассмотрении дела посредством ВКС.

ООО «Яндекс» представлены письменные пояснения, а также заявлено ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие представителя Общества.

02.03.2023г. представитель ООО «Яндекс» не явился, о дате и месте рассмотрения дела извещен надлежащим образом, что в силу п.31 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденные постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020г. № 1922 (далее - Правила), не является для Комиссии препятствием к рассмотрению дела по существу в данном заседании.

На основании изложенного, Комиссией принято решение о рассмотрении дела в отсутствие представителя ООО «Яндекс».

Комиссия, изучив материалы дела, пришла к следующим выводам.

В соответствии со ст.3 Федерального 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 п.2 ст.3 Федерального закона «О рекламе» объект рекламирования – 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.

Обозначенная выше информация полностью соответствует законодательному определению понятия «реклама», закрепленному в ст.3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к биологически активной добавке «Артнео».

Целью рекламодателя всегда является демонстрация объекта рекламирования в самом лучшем свете. Он стремится привлечь и задержать внимание потребителя на той информации, которая должна отличать товар от аналогов, ставить его на порядок выше (при условии, что информация истинная). Реклама всегда носит побудительный характер, создает заинтересованность потребителей.

Согласно п.6 ч.5 ст.5 Федерального закона «О рекламе», в рекламе не допускаются указание на лечебные свойства, то есть положительное влияние на течение болезни, объекта рекламирования, за исключением такого указания в рекламе лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий.

Биологически активные добавки (БАД) к пище - это природные (идентичные природным) биологически активные вещества, предназначенные для употребления одновременно с пищей или введения в состав пищевых продуктов. БАД относятся к группе пищевых продуктов.

Лекарственные средства - вещества или их комбинации, вступающие в контакт с организмом человека или животного, проникающие в органы, ткани организма человека или животного, применяемые для профилактики, диагностики, лечения заболевания, реабилитации, для сохранения, предотвращения или прерывания беременности.

В соответствии с инструкцией по применению, размещенной на сайте НПО Петровакс Фарм (<https://petrovax.ru/>), «Артнео» является биологически активной добавкой и имеет свидетельство о государственной регистрации № RU.77.99.11.003.R.004386.12.20 от 22.12.2020г.

Таким образом, «Артнео» не является лекарственным средством.

В рекламе указано положительное влияние на течение болезней опорно-двигательной системы (суставы), а именно: «1 капсула в день и ваши суставы здоровы».

Информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе, в целях формирования у потребителя верного,

истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

По смыслу требований вышеуказанной нормы, на наличие лечебных свойств допускается указывать только в рекламе лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, изделий медицинского назначения и медицинской техники.

Согласно п.1 ч.1 ст.25 Федерального закона «О рекламе», реклама биологически активных добавок и пищевых добавок не должна создавать впечатление о том, что они являются лекарственными средствами и (или) обладают лечебными свойствами.

Реклама создает впечатление о том, что «Артнео» обладает лечебными свойствами, на что указывает использования в рекламе формулировки: «1 капсула в день и ваши суставы здоровы».

В соответствии с ч.1.1 ст.25 Федерального закона «О рекламе», реклама биологически активных добавок в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством. В 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).

Рассматриваемая реклама биологически активной добавки «Артнео» не содержит предупреждением о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством.

Таким образом, в рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения п.6 ч.5. ст.5, п.1.ч.1, ч. 1.1 ст.25 Федерального закона «О рекламе».

ООО «НПО Петровакс Фарм» представлены письменные пояснения, согласно которым размещение рекламы в сети интернет Общество осуществляет не самостоятельно, а через рекламораспространителей. В частности, размещение рекламы в ЯндексДирект осуществляется через ООО «ЭмДжиКом» - сертифицированное агентство по предоставлению услуг сервиса ЯндексДирект. По продукту «Артнео» с ООО «ЭмДжиКом» было подписано комплексное приложение, охватывающее весь спектр услуг, связанных с продвижением продукта в сети интернет.

В отношении содержания рекламы, являющейся предметом разбирательства, ООО «НПО Петровакс Фарм» поясняет, что взаимодействие по точечным вопросам, в том числе в части согласования макетов рекламных материалов с ООО «ЭмДжиКом» осуществлялось старшим менеджером по интернет-маркетингу (позднее в связи с приведением должности в соответствии с ЕТКС – главным специалистом). По результатам проведения внутренней проверки, установлено, что согласование макета рекламы с ООО «ЭмДжиКом» осуществлено сотрудником самостоятельно, без согласования с юридической службой

компании. В настоящий момент трудовой договор с указанным сотрудником расторгнут, все согласованные им самостоятельно с ООО «ЭмДжиКом» материалы проходят проверку, размещение рекламы прекращено.

В отношении отсутствия предупредительной надписи «Не является лекарственным средством» ООО «НПО Петровакс Фарм» поясняет, что данная надпись на макете рекламного материала присутствует, что подтверждается скриншотами из личного кабинета ООО «ЭмДжиКом», а также письмо от ООО «ЭмДжиКом». При сравнении прилагаемого к настоящим пояснениям макета со скриншотом размещения, приведенном в определении, можно увидеть, что изображение при размещении было обрезано в нижней части. Отсутствие части изображения с предупредительной надписью при итоговом размещении, по мнению ООО «ЭмДжиКом», связано с техническими особенностями размещения, осуществляемого ЯндексДирект. Непосредственное размещение ООО «Яндекс» рекламы на своих сервисах находится полностью в зоне ответственности рекламодателя, поскольку данная реклама является контекстной – то есть со стороны рекламодателя отсутствует какая-либо возможность заранее определить, когда и где будет осуществлен ее показ, соответственно отсутствует возможность проверки правильности размещения, а так же любая возможность влиять на технические характеристики процесса размещения, в связи с чем, на основании п.8.1 Пользовательского соглашения с ООО «Яндекс» за рекламу, размещенную на сервисах Яндекса, в части технических особенностей размещения ответственность несет ООО «Яндекс».

ООО «НПО Петровакс Фарм» признает, что по вине сотрудника Общества было допущено размещение рекламных материалов с нарушением п.1 ч.1 ст.25 Федерального закона «О рекламе» и немедленно после получения информации об этом приняло все меры для удаления ненадлежащей рекламы из сети интернет и недопущения повторения подобной ситуации в дальнейшем. В части нарушения ч.1.1 ст.25 Федерального закона «О рекламе» ответственность в полном объеме лежит на ООО «Яндекс», допустившем по неизвестным причинам размещение рекламы в обрезанном формате.

ООО «Яндекс» представлены письменные пояснения, согласно которым реклама была размещена в рамках договора возмездного оказания услуг № 32240/15 от 01.03.2015 (далее – «Договор»), заключённого между Яндексом и ООО «ЭмДжиКом» (ИНН 7725560073, далее – «Агентство/Рекламодатель»). Предметом договора является размещение Яндексом рекламных или иных материалов на сайтах в сети интернет. Стороны в процессе взаимодействия не подписывают каких-либо заявок, приложений и т.п. на отдельные услуги/заказы. Взаимодействие сторон осуществляется через клиентский интерфейс соответствующего сервиса. Конкретное наименование, формат размещения, а также сроки оказания услуг устанавливаются рекламодателем самостоятельно через клиентский интерфейс на сайте.

В соответствии с условиями договора рекламодатели (в данном случае агентство) самостоятельно осуществляют подготовку рекламной кампании, в том числе составляют рекламные объявления, и несут полную ответственность за соответствие рекламы требованиям законодательства РФ, а также за достоверность информации, содержащейся в рекламном объявлении. Рекламодатель самостоятельно определяет содержание рекламных

материалов, а также несёт за них ответственность, что указано в п. 6.4. Договора. Все материалы, в т.ч. и изображения, предоставляются также рекламодателем. Яндекс не несёт ответственность за содержание рекламных материалов, т.к. получает готовые материалы от рекламодателя, не изменяет и не редактирует их.

Отношения между Яндексом и ООО «КЕХ еКоммерц» (далее – «Партнер») урегулированы Договором оказания услуг № РС-25254-11/14 от 01 ноября 2014 г. (далее – «Договор РСЯ»). В соответствии с п. 2.1 договора РСЯ партнер оказывает Яндексу исключительно технические услуги, связанные с размещением Яндексом рекламы на рекламных местах на ресурсах партнера. Партнер не проверяет и не контролирует содержание рекламных материалов, однако в случае, если содержание или размещение рекламы противоречит требованиям применимого законодательства, либо повлекло или может повлечь предъявление претензий в отношении нарушения законных прав третьих лиц, партнер вправе направить Яндексу соответствующее обоснованное требование прекратить или приостановить размещение такой рекламы до урегулирования Яндексом спорных вопросов с третьими лицами (п. 3.11 Договора РСЯ).

В результате технической ошибки реклама была размещена с нарушением требований действующего законодательства о рекламе. ООО «Яндекс» подчеркивает, что указанная ошибка была исправлена в кратчайшие сроки.

Дополнительно ООО «Яндекс» представлен макет рекламы, представленный рекламодателем следующего содержания: «АРТНЕО 1 капсула в день и ваши суставы здоровы! Бад. Не является лекарственным средством. Реклама. ООО «НПО Петровакс фарм».

На заседаниях Комиссии 08.02.2023г. 02.03.2023г. представитель ООО «НПО Петровакс Фарм» <...> письменные пояснения Общества поддержала в полном объеме.

02.03.2023г. исполнительный директор АРООП «Народный Контроль» <...> доводы изложенные в заявлении поддержал в полном объеме.

Комиссия антимонопольного органа, проанализировав представленные материалы, а также текст рассматриваемой рекламы и способ распространения в сети интернет, приходит к выводу, что реклама: «АРТНЕО 1 капсула в день и ваши суставы здоровы artneo-collagen.ru Артнео с нативным коллагеном при спортивных нагрузках Помогает вернуть подвижность суставов и свободу движения», распространена с нарушением п.6 ч.5 ст.5, п.1.ч.1, ч.1.1 ст. 25 Федерального закона «О рекламе», поскольку в рекламе указано положительное влияние на течение болезней опорно-двигательной системы, реклама создает впечатление о том, что «Артнео» обладает лечебными свойствами, а также реклама не содержит предупреждением о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством.

В соответствии п.4 ст.3 Федерального закона «О рекламе» ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Согласно ст.38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение требований, установленных п.6 ч.5 ст.5, п.1.ч.1, ч.1.1 ст.25 настоящего Федерального

закона, несет как рекламодаделец – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, так и рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Антимонопольным органом установлено, что производителем препарата «Артнео» является ООО «НПО Петровакс Фарм» (ИНН 7702302492, адрес: Московская область, г. Подольск, ул. Сосновая, д. 1); рекламная сеть Яндекс - это система размещения контекстной рекламы на сайтах и в мобильных приложениях, которую предоставляет ООО «Яндекс» (ИНН 7736207543, адрес: г. Москва, ул. Льва Толстого, д. 16).

Таким образом, рекламодаделец рассматриваемой рекламы является ООО «НПО Петровакс Фарм» (ИНН 7702302492), рекламодателем – ООО «Яндекс» (ИНН 7736207543).

Комиссией установлено, что нарушение ч.1.1 ст.25 Федерального закона «О рекламе» допущено по вине ООО «Яндекс», поскольку макет, переданный рекламодателю, содержал предупреждение о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством, а нарушение ч.1.1 ст.25 Федерального закона «О рекламе» произошло в результате технической ошибки ООО «Яндекс».

ООО «НПО Петровакс Фарм» и ООО «Яндекс» указывают, что в настоящее время спорная реклама не размещается, также ООО «НПО Петровакс Фарм» представлено информационное письмо ООО «ЭмДжиКом», в котором указано, что размещение спорных рекламных материалов приостановлено.

На основании изложенного и руководствуясь п.1 ч.2 ст.33, ч.1 ст.36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пп.42-47, п.54 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу: «АРТНЕО 1 капсула в день и ваши суставы здоровы artneo-collagen.ru Артнео с нативным коллагеном при спортивных нагрузках Помогает вернуть подвижность суставов и свободу движения», распространенную в сети интернет, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования п.6 ч.5 ст.5, п.1 ч.1, ч.1.1 ст.25 Федерального закона «О рекламе».
2. Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдавать в связи с нецелесообразностью.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Алтайского краевого УФАС России, для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном ст.14.3 КоАП РФ.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

<...>