

ООО «Яндекс»

Льва Толстого ул., д.16

г. Москва, 119021

Потерпевшему лицу:

АРООП «Народный Контроль»

М. Горького ул., д.29, оф.430

г. Барнаул, 656056

Дело №022/04/14.3-599/2023

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания

по делу об административном правонарушении

14 июня 2023г. г. Барнаул

Руководитель управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю <...>, рассмотрев протокол №16 от 31.05.2023г. об административном правонарушении, составленный начальником отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю <...>, а также материалы дела об административном правонарушении №022/04/14.3-599/2023 в отношении ООО «Яндекс» (ИНН 7736207543),

УСТАНОВИЛ:

на рассмотрение дела законный представитель ООО «Яндекс» не явился, о времени и месте рассмотрения дела об административном правонарушении уведомлен надлежащим образом;

на рассмотрение дела представитель потерпевшего лица АРООП «Народный Контроль» не явился, о времени и месте рассмотрения дела об административном правонарушении уведомлен надлежащим образом.

В соответствии с ч.2 ст.25.1 КоАП РФ дело об административном правонарушении рассматривается с участием лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении. В отсутствие указанного лица дело может быть рассмотрено лишь в случаях, предусмотренных ч.3 ст.28.6 КоАП РФ, либо

если имеются данные о надлежащем извещении лица о месте и времени рассмотрения дела и если от лица не поступало ходатайство об отложении рассмотрения дела, либо если такое ходатайство оставлено без удовлетворения.

В соответствии со ст.29.7 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях принято решение о рассмотрении дела в отсутствие лица, привлекаемого к административной ответственности, - ООО «Яндекс».

Согласно протоколу об административном правонарушении №16 от 31.05.2023г. ООО «Яндекс» допущено нарушение ч.1.1 ст.25 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»), что указывает на событие и состав административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч.5 ст.14.3 КоАП РФ.

Данное обстоятельство выразилось в следующем.

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.

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.

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, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Яндекс» (ИНН 7736207543).

02.03.2023г. Комиссией управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, реклама: «ARTNEO 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», распространенная в сети интернет на сайте «Авито» (www.avito.ru), признана ненадлежащей не соответствующей требованиям 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.

Материалами дела установлено, что нарушение ч.1.1 ст.25 Федерального закона «О рекламе» допущено ООО «Яндекс», поскольку макет рекламы, переданный ООО «НПО Петровакс Фарм» в адрес ООО «Яндекс», содержал предупреждением о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством, а нарушение Федерального закона «О рекламе» произошло в результате технической ошибки ООО «Яндекс».

Согласно ч.4 ст. 38 Федерального закона «О рекламе», нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

31.05.2023г. протокол об административном правонарушении составлен в отсутствие представителя лица, привлекаемого к административной ответственности, ООО «Яндекс», надлежащим образом извещенным о времени и месте составления протокола; копия протокола направлена в адрес ООО «Яндекс» 01.06.2023г., получена Обществом 05.06.2023г.

Согласно ст.2.1 КоАП РФ, административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое настоящим Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

В соответствии с ч.2 ст.2.1 КоАП РФ юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых настоящим Кодексом или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

ООО «Яндекс» объективно имело возможность по недопущению нарушения требований ч.1.1 ст.25 Федерального закона «О рекламе», но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению, что привело к нарушению Федерального закона «О рекламе», что образует состав административного правонарушения, предусмотренного ч.5 ст.14.3 КоАП РФ.

Субъективная сторона правонарушения, предусмотренного ч.5 ст.14.3 КоАП РФ, характеризуется умышленной формой вины или совершенной по неосторожности. У ООО «Яндекс» имелась возможность для соблюдения правил и норм, установленных законодательством Российской Федерации о рекламе, но не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению, следовательно, в действиях ООО «Яндекс» имеется вина в совершении правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч.5 ст.14.3 КоАП РФ.

Антимонопольным органом не установлено обстоятельств, находящихся вне контроля ООО «Яндекс» и препятствующих исполнению обязанностей по соблюдению законодательства о рекламе.

Объективная сторона правонарушения, предусмотренного ч.5 ст.14.3 КоАП РФ, составляет действия лица, выражающиеся в нарушении законодательства о рекламе.

Тем самым, антимонопольный орган, на основе собранных по делу доказательств, приходит к выводу, что вина ООО «Яндекс» в нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе, установлена.

Место совершения административного правонарушения: Российская Федерация, Алтайский край, г. Барнаул, сайт «Авито» (www.avito.ru).

Время совершения административного правонарушения: 20.12.2022г.

(период распространения рекламы).

Состав административного правонарушения, совершенного ООО «Яндекс», образуют:

- объект административного правонарушения - установленный порядок распространения рекламы;
- объективная сторона - действия ООО «Яндекс», направленные на доведение рекламы с нарушением ч.1.1 ст.25 Федерального закона «О рекламе»;
- субъект правонарушения – ООО «Яндекс»,
- субъективная сторона - виновное совершение административного правонарушения, так как у ООО «Яндекс» имелась возможность соблюдения законодательства о рекламе, но им не были приняты все зависящие от него меры по его соблюдению.

Таким образом, имело место событие административного правонарушения и факт его совершения ООО «Яндекс», следовательно, имелись основания для составления протокола об административном правонарушении, юридические признаки (противоправность, виновность, наказуемость) и все элементы состава административного правонарушения, предусмотренные нормой права (объект, объективная сторона, субъект, субъективная сторона).

Непринятие ООО «Яндекс» должных мер по соблюдению требований ч.1.1 ст.25 Федерального закона «О рекламе» привело к нарушению законодательства РФ о рекламе, что образует окончанный состав административного правонарушения и влечет ответственность в соответствии с ч.5 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с ч.5 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, нарушение установленных законодательством о рекламе требований к рекламе лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, в том числе методов лечения, а также биологически активных добавок - влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от десяти тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от двухсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Обстоятельств, исключающих производство по делу об административном правонарушении (статья 24.5 КоАП РФ), равно как обстоятельств, находящихся вне контроля ООО «Яндекс» и

препятствующих исполнению обязанностей по соблюдению законодательства о рекламе, не установлено.

Согласно ст.2.9 КоАП РФ, при малозначительности совершенного административного правонарушения судья, орган, должностное лицо, уполномоченные решить дело об административном правонарушении, могут освободить лицо, совершившее административное правонарушение, от административной ответственности и ограничиться устным замечанием.

Как разъяснил Верховный Суд Российской Федерации в пункте 21 постановления Пленума от 24.03.2005 № 5 «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях» малозначительным административным правонарушением является действие или бездействие, хотя формально и содержащее признаки состава административного правонарушения, но с учетом характера совершенного правонарушения и роли правонарушителя, размера вреда и тяжести наступивших последствий не представляющее существенного нарушения охраняемых общественных правоотношений. При этом такие обстоятельства, как, например, личность и имущественное положение привлекаемого к ответственности лица, добровольное устранение последствий правонарушения, возмещение причиненного ущерба, не являются обстоятельствами, характеризующими малозначительность правонарушения.

Кроме того, квалификация правонарушения как малозначительного может иметь место только в исключительных случаях и производится с учетом положений пункта 18 указанного постановления применительно к обстоятельствам конкретного совершенного лицом деяния.

По смыслу ст.2.9 КоАП РФ оценка малозначительности деяния должна соотноситься с характером и степенью общественной опасности, причинением вреда либо угрозой причинения вреда личности, обществу или государству. Таким образом, административные органы обязаны установить не только формальное сходство содеянного с признаками того или иного административного правонарушения, но и решить вопрос о социальной опасности деяния.

Действия ООО «Яндекс» содержат нарушение законодательства о рекламе и свидетельствуют о пренебрежительном отношении к исполнению своих обязанностей по соблюдению норм в сфере законодательства о рекламе.

Таким образом, оценив характер и конкретные обстоятельства совершенного правонарушения, роль правонарушителя, должностное

лицо Алтайского краевого УФАС России приходит к выводу о том, что совершенное ООО «Яндекс» правонарушение несет существенную угрозу охраняемым общественным отношениям, в связи с чем, отсутствуют основания для признания его малозначительным.

Установлены обстоятельства, смягчающие ответственность, предусмотренные п.2 ч.1 ст.4.2 КоАП РФ, а именно добровольное устранение ООО «Яндекс» до вынесения постановления по делу об административном правонарушении допущенного нарушения.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, в соответствии со статьей 4.3 КоАП РФ, при рассмотрении дела не установлено.

На основании части 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ за впервые совершенное административное правонарушение, выявленное в ходе осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля, в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей раздела II настоящего Кодекса или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных частью 2 статьи 3.4 настоящего Кодекса, за исключением случаев, предусмотренных частью 2 настоящей статьи.

Таким образом, положение о возможности замены штрафа на предупреждение за впервые совершенное административное правонарушение может быть применено по статье 14.3 КоАП РФ в случае, если дело об административном правонарушении было возбуждено по итогам проведения контрольного (надзорного) мероприятия с взаимодействием с контролируемым лицом, проверки, в ходе которых было установлено соответствующее нарушение законодательства о рекламе.

В данном случае дело об административном правонарушении, ответственность за совершение которого предусмотрена статьей 14.3 КоАП РФ, возбуждено антимонопольным органом без проведения контрольных (надзорных) мероприятий, проверки, следовательно, ч.1 ст.4.1.1 КоАП РФ не подлежит применению.

Руководствуясь статьями 4.2, 4.3, 23.48, 29.9, 29.10, а также статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

признать ООО «Яндекс» (ИНН 7736207543) виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 5 статьи 14.3 КоАП РФ, и назначить наказание в виде административного штрафа в размере 200 000 (двести тысяч) рублей.

<...>