

РЕШЕНИЕ по делу № 077/05/25-7075/2023 «17» 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, Комиссия) в составе: председателя Комиссии: <...>, членов Комиссии: <...>, <...>, рассмотрев дело № 077/05/25-7075/2023 по признакам нарушения ООО «Кристале», ООО «Яндекс», ИП Жуком И.И. части 1.1 статьи 25 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), при распространении в системе «Яндекс.Директ» на сайте avito.ru рекламы следующего содержания: «Японский коллаген Dr Ohhira Интернетмагазин Beza! Японские БАДы... dombeza.ru», сопровождающейся изображением «Ферментированный растительный комплекс OMX® Dr.Ohhira, в отсутствие обязательного предупреждения о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством, в присутствии представителей ООО «Кристале» в лице генерального директора <...> (по доверенности), представителя ИП Жука И.И. в лице <...> (по доверенности), в отсутствие ООО «Яндекс» (заявлено ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие представителя),

УСТАНОВИЛА: Дело № 077/05/25-7075/2023 возбуждено в отношении ООО «Кристале», ООО «Яндекс», ИП Жука И.И. на основании заявления физического лица и материалов по факту распространения в системе Яндекс.Директ на сайте <https://www.avito.ru/> рекламы следующего содержания: «Японский коллаген Dr Ohhira. Интернет-магазин Beza! Японские БАДы... dombeza.ru», в том числе изображенный в рекламе Ферментированный растительный комплекс OMX® Dr.Ohhira. В составе указанной рекламы использована гиперссылка для перехода на сайт в сети Интернет по адресу https://dombeza.ru/collection/drohhira?utm_source=fddirect&utm_medium=seti&utm_campaign=badi&utm_content=text1&utm_term=avito.ru&yclid=994524231534445770. Распространение указанной рекламы подтверждается скриншотами, представленными заявителем. 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. Согласно пункту 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. Согласно пункту 3 статьи 3 Закона о рекламе под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот. Согласно пункту 1.1 статьи 25 Закона о рекламе реклама, 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 2023-39888 3 в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем десять процентов

рекламной площади (пространства). Из содержания рассматриваемой рекламы следует, что объектом рекламирования являются биологически активные добавки. Спорная реклама на сайте в сети Интернет по адресу <https://www.avito.ru/> не содержит предупреждения о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством. Согласно пункту 4 статьи 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей. Таким образом, при распространении указанной рекламы установлено нарушение пункта 1.1 статьи 25 Закона о рекламе, выразившегося в рекламе товаров, без обязательного предупреждения о том, что объекты рекламирования не являются лекарственным средством. В соответствии с частью 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 1.1 статьи 25 Закона о рекламе, несет рекламодатель и рекламодатель-распространитель. Сайт <https://www.avito.ru/> используется как информационное пространство для размещения рекламы сервисом «Яндекс.Директ». На интернет – странице https://yandex.ru/legal/oferta_direct/ размещена Оферта на оказание услуг «Яндекс.Директ» из которой следует, что услуги размещения рекламы рекламодателя в сети Интернет оказывает ООО «Яндекс» (ИНН 7736207543, ОГРН 1027700229193). По клику на пункт «О рекламодателе» вышеуказанной рекламы открывается интернет-страница с информацией о том, что рекламодателем спорной рекламы является ООО «КРИСТАЛЕ» (ИНН 7734636924, ОГРН 1107746430208). Также в составе рекламы использована гиперссылка для перехода на сайт в сети Интернет по адресу: https://dombeza.ru/collection/drohira?utm_source=fddirect&utm_medium=seti&utm_campaign=badi&utm_content=text1&utm_term=avito.ru&yclid=994524231534445770. Из пояснений ООО «Кристале» (далее также – Общество), представленных в материалы дела следует, что настройка спорного рекламного объявления в личном кабинете системы Яндекс.Директ и дальнейшее размещение осуществлялись в соответствии с Договором № 1 КРИСТАЛЕ от 05.09.2022, заключенным между Обществом и ИП Жуком И.И. Из пояснений ИП Жука И.И., представленных в материалы дела следует, что после загрузки спорного рекламного объявления в личный кабинет Яндекс.Директ и присвоения ему номера 13388468766 появилась надпись «добавлено предупреждение. Не является лекарством». Перед запуском рекламного объявления ИП Жуком И.И. была произведена проверка внешнего вида самого объявления и наличия дисклеймера при помощи функции предпросмотра объявления. После того, как ИП Жук И.И. убедился в том, что рекламное объявление отображается надлежащим образом, объявление было отправлено на модерацию. Из пояснений ИП Жука И.И. также следует, что после начала показа спорного объявления сотрудником ИП Жука И.И. была проведена дополнительная проверка его внешнего вида и наличия дисклеймера. Из пояснений, представленных ООО «Яндекс» в материалы дела, установлено, что в силу технической ошибки со стороны Яндекса размещение спорного рекламного объявления до 05.06.2023 г. осуществлялось без дисклеймера. На основании изложенного Комиссия Московского УФАС России установила, что в настоящем случае в действиях ООО «Кристале» и ИП Жука И.И. (рекламодатель и рекламопроизводитель соответственно) отсутствуют признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, так как со своей стороны ими были приняты все меры для соблюдения положений пункта 1.1 статьи 25 Закона о рекламе. Таким образом, Комиссией Московского УФАС России в действиях ООО «Яндекс» установлено нарушение пункта 1.1 статьи 25 Закона о рекламе, выразившееся в распространении в системе «Яндекс.Директ» на сайте [avito.ru](https://www.avito.ru/) рекламы следующего содержания: «Японский коллаген Dr Ohhira Интернет-магазин Beza! Япоские БАДы... dombeza.ru», сопровождающейся изображением «Ферментированный растительный комплекс OMX® Dr.Ohhira, в отсутствие

обязательного предупреждения о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством. 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 (пуская 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, гражданско-правовых 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 «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 2023-39888 5 дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России РЕШИЛА: 1. Производство по делу № 077/05/25-7075/2023 в отношении ООО «Кристалле», ИП Жука И.И. прекратить в связи с неподтверждением факта нарушения положений Закона о рекламе. 2. Признать ООО «Яндекс» нарушившим пункт 1.1 статьи 25 Закона о рекламе при распространении в системе «Яндекс.Директ» на сайте avito.ru рекламы следующего содержания: «Японский коллаген Dr Ohhira Интернет-магазин Beza! Япоские БАДы... dombeza.ru», сопровождающейся изображением «Ферментированный растительный комплекс OMX® Dr.Ohhira, в отсутствие обязательного предупреждения о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством. 3. Выдать ООО «Яндекс» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. 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.