

РЕШЕНИЕ по делу № 077/05/25-6426/2023 г. Москва Резолютивная часть решения оглашена «22» июня 2023 года. 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 – <...>ой, <...>ой, рассмотрев дело № 077/05/25-6426/2023 по признакам нарушения ИП Шульгой Я.С. и ООО «Яндекс» (ИНН 7736207543) части 1.1 статьи 25 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении 13.03.2023 в системе «Яндекс.Дзен» рекламы «Капсулы А.С.Дорогова №60 с АСД... Новая удобная форма выпуска от отечественного производителя с доставкой... Состав... Свидетельство о регистрации... wildberries.ru», без указания предупреждения о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством, в присутствии представителя ООО «АВЗ ФАРМ», ИП Шульга Я.С. (лично), в отсутствие ООО «Яндекс» (уведомлено надлежащим образом, заявлено ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие представителя), УСТАНОВИЛА: Дело № 077/05/25-6426/2023 возбуждено Московским УФАС России по результатам рассмотрения заявления физического лица и материалов по факту распространения 13.03.2023 в системе «Яндекс.Дзен» рекламы «Капсулы А.С.Дорогова №60 с АСД... Новая удобная форма выпуска от отечественного производителя с доставкой... Состав... Свидетельство о регистрации... wildberries.ru», без указания предупреждения о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством, с признаками нарушения части 1.1 ст. 25 Закона о рекламе. 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. Распространение указанной рекламы подтверждается представленными в материалы дела скриншотами. При нажатии на рекламу открывается гиперссылка для перехода на сайт в сети Интернет по адресу <https://www.wildberries.ru/catalog/17342372/detail.aspx?targetUrl=XS&yclid=1175733124729734371>, на котором предлагается биологически активная «добавка Капсулы А.С.Дорогова № 60 с АСД фракция 2». В соответствии с частью 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). Указанная норма требует включать в содержание рекламы лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий один из видов предупреждения: - о наличии противопоказаний к их применению и использованию; - о необходимости ознакомления с инструкцией по применению объекта рекламирования; - о необходимости получения консультации специалистов. При этом в зависимости от вида объекта рекламирования рекламодатель самостоятельно вправе определить, какой из этих видов предупреждения использовать в рекламе. Таким образом, реклама медицинских изделий, должна в каждом случае содержать предупреждение, предусмотренное частью 7 статьи 24 Закона о рекламе. В рекламе лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий, 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). 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 реестром свидетельств о регистрации, расположенном на сайте <http://fp.crc.ru>, биологически активная добавка к пище «Капсулы А.С.Дорогова» товарного знака «АСД®» (капсулы по 490 мг): имеет свидетельство о государственной регистрации серии № RU.77.99.11.003.R.001749.06.20 от 29.06.2020; получатель - ООО "НВЦ Агроветзащита С-П."; область применения - для реализации населению в качестве биологически активной добавки к пище. Следовательно рассматриваемая информация является рекламой биологически активных добавок. В рассматриваемой рекламе требуемые предупреждения отсутствуют. Следовательно в настоящем случае в рекламе 13.03.2023 в системе «Яндекс.Дзен» рекламы «Капсулы А.С.Дорогова №60 с АСД... Новая удобная форма выпуска от отечественного производителя с доставкой... Состав... Свидетельство о регистрации... wildberries.ru», усматриваются 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 рекламодатель и рекламораспространитель. В соответствии с пунктом 5 статьи 3 рекламодатель - 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-оферты на оказание услуг в системе «Яндекс.Директ», заключенного между ООО «Яндекс» и ИП Шульгой Я.С., договора № БН от 01.11.2022,

заключенного между ИП Шульгой Я.С. и ООО «АВЗ ФАРМ». ООО «АВЗ ФАРМ» пояснило, что ИП Шульга Я.С. осуществлял размещение рекламы в сети Интернет с привлечением интернет площадки «Яндекс.Директ». Согласно представленным документам ИП Шульга Я.С. подтверждает, что созданное и размещенное ИП Шульгой Я.С. рекламное объявление было в отсутствие необходимого дисклеймера о том, что БАД не является лекарственным средством, ввиду технического сбоя. Лицом, осуществившим непосредственное доведение рассматриваемой рекламы до неопределенного круга лиц, а равно ее рекламодателем, является ООО «Яндекс». Таким образом, Московское УФАС России приходит к выводу, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП Шульга Я.С., а рекламодателем ООО «Яндекс». Таким образом, в действиях ИП Шульги Я.С. и ООО «Яндекс» усматривается 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. Согласно пункту 54 Правил при добровольном устранении лицом (лицами) совершенного нарушения антимонопольный орган вправе не выдавать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. Согласно представленным в материалы дела документам, распространение рассматриваемой рекламы в настоящее время прекращено. Сведения о продолжении распространения рекламы у антимонопольного органа отсутствуют, а лицами, участвующими в деле, не представлены. На основании изложенного Комиссия приходит к выводу о нецелесообразности выдачи предписания лицу, в чьих действиях установлено нарушение положений 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 2023-29541 5 органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России РЕШИЛА: 1. Признать ИП Шульгу Я.С., ООО «Яндекс» (ИНН 7736207543) нарушившими часть 1.1 ст. 25 Закона о рекламе, выразившегося в распространении 13.03.2023 в системе «Яндекс.Дзен» рекламы «Капсулы А.С.Дорогова №60 с АСД... Новая удобная форма выпуска от отечественного производителя с доставкой... Состав... Свидетельство о регистрации... wildberries.ru», без указания предупреждения о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством. 2. Не выдавать ИП Шульге Я.С., ООО «Яндекс» (ИНН 7736207543) предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. 3. 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, статьей 37 Закона о рекламе. Председатель комиссии <...> Члены комиссии: <...>, <...>