

<...>

## ПРОТОКОЛ

об административном правонарушении

по делу №077/04/14.3-6043/2024

«07» мая 2024 года г. Москва

Протокол составлен главным специалистом-экспертом отдела контроля за рекламной деятельностью и пресечения недобросовестной конкуренции Управления

Федеральной антимонопольной службы по г. Москве (далее - Московское УФАС России) <...> в отношении должностного лица — руководителя

подразделения управления эффективностью коммерческого департамента ООО «Яндекс»<...>, по факту

распространения 15.06.2024 в системе Яндекс.Директ рекламы биологически активных добавок следующего содержания:

«Кандигон Иммунохелс. 1800 р. Подавляет рост дрожжевых грибков и патогенных бактерий...BIFIPRO.RU», без обязательного предупреждения о том, что объекты рекламирования не являются лекарственным средством, с признаками нарушения части 1.1 статьи 25 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе),

в отсутствие <...>

Событие административного правонарушения и его квалификация.

Решением комиссии Московского УФАС России от 11.01.2024 по делу

№ 077/05/25-11588/2023, в действиях юридического лица - ООО «Яндекс» по факту распространения 15.06.2024 в системе Яндекс.Директ рекламы биологически 2024-17330

2

активных добавок следующего содержания:

«Кандигон Иммунохелс. 1800 р. Подавляет рост дрожжевых грибков и патогенных бактерий...BIFIPRO.RU», без обязательного предупреждения о том, что объекты рекламирования не являются лекарственным средством, установлено нарушение части 1.1 статьи 25 Закона о рекламе.

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.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования.

Такой признак рекламной информации как предназначенность для неопределенного круга лиц означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

При нажатии на рекламу открывается гиперссылка для перехода на сайт в сети Интернет по адресу <https://bifipro.ru/tproduct/450782022-190234916241-kandigonimmunohels>, на котором в том числе предлагается биологически активная добавка к пище «Кандигон Иммунохелс».

Предметом рассмотрения настоящего дела является распространяемая в системе «Яндекс.Директ» реклама биологически активной добавки.

Информация размещалась в сети Интернет, а, следовательно, сведения были распространены широкому заранее неопределенному кругу лиц. В соответствии с пунктом 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.

Резюмируя изложенное, установлено, что рассматриваемая информация, размещенная в системе «Яндекс.Директ», является рекламой, что сторонами по делу

не оспаривается.

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 2024-17330

3

семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами,

- не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

Таким образом, реклама биологически активных добавок должна в каждом случае содержать предупреждение, предусмотренное частью 1.1 статьи 25 Закона о рекламе.

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.

Согласно реестровой записи свидетельства о государственной регистрации № KZ.16.01.97.003.E.000315.04.18 БАД к пище «Кандигон Иммунохелс» является биологически активной добавкой к пище.

Следовательно, спорная реклама является рекламой биологически активной добавки.

Вместе с тем, требуемое частью 1.1 статьи 25 Закона о рекламе предупреждение в рассматриваемой рекламе отсутствовало.

Таким образом, при распространении спорной рекламы установлено нарушение части 1.1 статьи 25 Закона о рекламе.

В силу статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных частью 1.1 статьи 25 Закона о рекламе, несет рекламодатель и рекламодатель.

Спорная реклама распространялась в системе «Яндекс.Директ»,

следовательно, рекламодателем является ООО «Яндекс». Данное обстоятельство Обществом не оспаривается.

Решением по делу № 077/05/25-11588/2023 установлено, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Яндекс». Ответственность за невыполнение требований, установленных частью 1.1 статьи 25 Закона о рекламе, предусмотрена частью 5 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ).

Согласно части 5 статьи 14.3 КоАП РФ 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.

В соответствии с частью 1 статьи 2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое КоАП РФ или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Согласно части 3 статьи 2.1 КоАП РФ назначение административного наказания юридическому лицу не освобождает от административной ответственности за данное правонарушение виновное физическое лицо, равно как и

привлечение к административной или уголовной ответственности физического лица

2024-17330

4

не освобождает от административной ответственности за данное правонарушение юридическое лицо.

В соответствии со статьей 2.4 КоАП РФ административной ответственности подлежит должностное лицо в случае совершения им административного правонарушения, в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих

служебных обязанностей.

Совершившие административные правонарушения в связи с выполнением организационно-распорядительных или административно-хозяйственных функций руководители и другие работники организаций несут административную ответственность как должностные лица.

В соответствии с данными Единого государственного реестра юридических лиц руководителем подразделения управления эффективностью коммерческого департамента ООО «Яндекс» является <...>

Указанное обстоятельство свидетельствует о решающем принятии <...>решений по управлению компанией, а равно соблюдением в ней законодательства Российской Федерации, в том числе в сфере рекламы.

На основании изложенного, установлено, что должностным лицом, ответственным за нарушение ООО «Яндекс» требований части 1.1 статьи 25 Закона о рекламе, является <...>

Виновные действия должностного лица — руководителя подразделения

управления эффективностью коммерческого департамента ООО «Яндекс» <...>, состоят в ненадлежащем исполнении своих служебных обязанностей, а именно непринятии всех зависящих от нее мер по соблюдению требований законодательства в действиях ООО «Яндекс» и нарушении части 1.1 статьи 25 Закона о рекламе.

Место совершения административного правонарушения — г. Москва.

Время совершения административного правонарушения — 15.06.2023.

Согласно п. 3 ч. 4 ст. 28.1 КоАП РФ дело об административном правонарушении считается возбужденным с момента составления протокола об административном правонарушении.

В соответствии с ч. 1 ст. 25.1 КоАП РФ лицо, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, вправе знакомиться со

всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять

ходатайства и отводы, пользоваться юридической помощью защитника, а также иными процессуальными правами в соответствии с КоАП РФ.

На основании ч. 2 ст. 24.2 КоАП РФ лицам, участвующим в производстве по делу об административном правонарушении и не владеющим языком, на котором ведется производство по делу, обеспечивается право выступать и давать объяснения,

заявлять ходатайства и отводы, приносить жалобы на родном языке либо на другом

свободно избранном указанными лицами языке общения, а также пользоваться услугами переводчика.

В соответствии с ч. 4 ст. 28.2 КоАП РФ физическому лицу или законному представителю юридического лица, в отношении которых возбуждено дело об административном правонарушении, должна быть предоставлена возможность ознакомления с протоколом об административном правонарушении.

2024-17330

5

Права и обязанности, предусмотренные статьями 24.2, 24.4, 25.1, 25.5 КоАП РФ разъяснены.

Объяснения лица, в отношении которого составлен протокол об административном правонарушении или его защитника: не представлены.

Протокол составил:

Главный специалист-эксперт <...>

<...>