

ООО «Яндекс»

<...>

ООО «ДЖИ ЭЛ ЭС

ФАРМАСЬЮТИКАЛЗ»

<...>

## **РЕШЕНИЕ**

по делу №077/05/25-12189/2023

«24» октября 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: <...>ой,

членов Комиссии: <...>ой, <...>ой,

рассмотрев дело №077/05/25-12189/2023, возбужденное в отношении

ООО «ДЖИ ЭЛ ЭС ФАРМАСЬЮТИКАЛЗ» (ИНН: 7729463120), ООО «Яндекс»

(ИНН 7736207543) по факту распространения 10.07.2023 в рекламе «Реклама...

Печень под защитой: 5 лучших БАДов!.. С помощью каких БАДов можно поддержать работу вашей... GLSSTORE.TURBOPAGES.ORG», в том числе изображенное в рекламе средство Альфалиповая кислота GLS, без указания

предупреждения о том, что объект рекламирования не является лекарственным

средством, с признаками нарушения части 1.1 ст. 25 Федерального закона от 13

марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе),  
в присутствии представителя ООО «ДЖИ ЭЛ ЭС ФАРМАСЬЮТИКАЛЗ» (по  
доверенности),

2023-52819

2

в отсутствии представителя ООО «Яндекс» (представлено ходатайство в  
отсутствии вх. № 67637-ЭП/23 от 19.10.2023),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 077/05/25-12189/2023 возбуждено в отношении ООО «Яндекс»,  
ООО «ДЖИ ЭЛ ЭС ФАРМАСЬЮТИКАЛЗ» на основании заявления  
физического

лица относительно распространения 10.07.2023 в рекламе «Реклама...  
Печень под

защитой: 5 лучших БАДов!.. С помощью каких БАДов можно поддержать  
работу

вашей... GLSSTORE.TURBOPAGES.ORG», в том числе изображенное в  
рекламе

средство Альфалиповая кислота GLS, без указания предупреждения о  
том, что

объект рекламирования не является лекарственным средством.

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.

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://gls-store.turbopages.org/promo/media/gls\\_pharmaceuticals/pechen-pod-zascitoi-5-](https://gls-store.turbopages.org/promo/media/gls_pharmaceuticals/pechen-pod-zascitoi-5-luchshih-badov-648b1144526edf0f88ce1d27?yclid=3500441130702799899)

[luchshih-badov-648b1144526edf0f88ce1d27?yclid=3500441130702799899](https://gls-store.turbopages.org/promo/media/gls_pharmaceuticals/pechen-pod-zascitoi-5-luchshih-badov-648b1144526edf0f88ce1d27?yclid=3500441130702799899), на котором в

том числе предлагается биологически активная добавка к пище «Альфа-липоевая

кислота GLS».

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.

2023-52819

3

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.

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.

Резюмируя изложенное, Комиссия установила, 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

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

RU.77.99.88.003.R.001564.05.22 БАД к пище «Альфа-липоевая кислота GLS»

(капсулы по 300 мг) 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.

В материалы дела ООО «ДЖИ ЭЛ ЭС ФАРМАСЬЮТИКАЛЗ» представлены

пояснения, в которых указывается, что процесс согласования рекламной кампании

осуществляется в Личном кабинете пользователя в сервисе ООО «ЯНДЕКС» -

«ПромоСтраницы». ООО «ДЖИ ЭЛ ЭС ФАРМАСЬЮТИКАЛЗ» создает заявку на

2023-52819

4

распространение рекламы, загружает баннеры, пишет текст для рекламной статьи, и

устанавливает нужные параметры.

Данные материалы автоматически загружаются в систему «Яндекс.Директ»,

через которую происходит реклама.

ООО «ЯНДЕКС» осуществляет проверку и модерацию загруженной заявки на

рекламу. При загрузке баннеров в личный кабинет ООО «ДЖИ ЭЛ ЭС ФАРМАСЬЮТИКАЛЗ» не интегрирует дисклеймер «не является лекарством», так

как это происходит на стороне ООО «ЯНДЕКС», который форматирует баннеры под

верстку того сайта, на котором баннер в дальнейшем будет показан.

Если бы баннер содержал изначально вшитый дисклеймер, то при отображении на любом сайте, он был бы обрезан и не читался потребителем.

В этой связи ООО «ЯНДЕКС» по всем заявкам на рекламу, после модерации,

самостоятельно размещает дисклеймер «не является лекарством» на баннере.

Также ООО «ДЖИ ЭЛ ЭС ФАРМАСЬЮТИКАЛЗ» в целях уточнения деталей направило запрос в ООО «ЯНДЕКС» для предоставления технической

информации,

которая могла бы прояснить сложившуюся ситуацию.

В ответ на запрос ООО «ЯНДЕКС» подтвердили, что следят за размещением

предупреждений на рекламе, а также подтверждают факт изначального отсутствия

такого предупреждения при распространении рекламы, что явилось ошибкой

первичной модерации со стороны ООО «ЯНДЕКС».

В своих пояснениях, ООО «ЯНДЕКС» информирует о наличии в их сервисах

инструментов, позволяющих автоматически добавлять информационные сообщения.

По мнению Комиссии, ООО «ДЖИ ЭЛ ЭС ФАРМАСЬЮТИКАЛЗ»

рассчитывая на алгоритмы системы «Яндекс.Директ», не проявили должную

осмотрительность при создании рекламного объявления и контроле за его

размещением, что не исключает зафиксированный факт распространения рекламы, в

которой усматриваются признаки нарушения части 1.1 статьи 25 Закона о рекламе.

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 рекламораспространитель и рекламодаватель.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 рекламодаватель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или)

содержание рекламы лицо. Согласно пункту 7 статьи 3 Закона о рекламе под

рекламораспространителем понимается лицо, осуществляющее распространение

рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Спорная реклама распространялась в системе «Яндекс.Директ», следовательно, рекламораспространителем является ООО «Яндекс». Данное

2023-52819

5

обстоятельство Обществом не оспаривается.

В ответ на запрос Московского УФАС России ООО «Яндекс» сообщило, что

реклама размещалась в рамках договора, заключенного путем акцепта рекламодателем Оферты на оказание платных услуг «Медийная реклама на

ПромоСтраницах», размещенной в свободном доступе по адресу:

[https://yandex.ru/legal/oferta\\_promopages/](https://yandex.ru/legal/oferta_promopages/) (далее – «Оферта ПромоСтраниц»), между

Яндексом и ООО «ДЖИ ЭЛ ЭС ФАРМАСЬЮТИКАЛЗ».

Следовательно в настоящем случае рекламодателем спорной рекламы является

ООО «ДЖИ ЭЛ ЭС ФАРМАСЬЮТИКАЛЗ», что Обществом не оспаривается.

Установлено, что датой фиксации нарушения является 10.07.2023.

На основании изложенного, в действиях ООО «ДЖИ ЭЛ ЭС

ФАРМАСЬЮТИКАЛЗ», ООО «Яндекс» установлено 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 добровольное устранение лицом (лицами)

совершенного нарушения является основанием для антимонопольного органа не

выдавать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской

Федерации о рекламе.

Из материалов дела следует, что спорная реклама в настоящий момент не

распространяется, сведения о продолжении распространения рекламы с нарушением

части 1.1 статьи 25 Закона о рекламе в Московском УФАС России отсутствуют.

На основании изложенного Комиссия приходит к выводу о

нецелесообразности выдачи предписания лицу, в чьих действиях установлено

нарушение положений Закона о рекламе.

При этом, в случае выявления новых фактов распространения ООО «ДЖИ

ЭЛ

ЭС ФАРМАСЬЮТИКАЛЗ», ООО «Яндекс» рекламы с нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе заявитель не лишен

возможности подать в антимонопольный орган новое заявление.

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 дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской

Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России

2023-52819

6

РЕШИЛА:

1. Признать ООО «ДЖИ ЭЛ ЭС ФАРМАСЬЮТИКАЛЗ», ООО «Яндекс» нарушившими требования части 1.1 статьи 25 Закона о рекламе при распространении 10.07.2023 в рекламе «Реклама... Печень под защитой: 5 лучших

БАДов!.. С помощью каких БАДов можно поддержать работу вашей...

GLSSTORE.TURBOPAGES.ORG», в том числе изображенное в рекламе средство

«Альфалипоевая кислота GLS».

2. 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.

Председатель комиссии <...>а

Члены комиссии:

<...>а

<...>а

<...>