

ООО «ИРИСТ 2000»

123103, г Москва, пр-кт Маршала Жукова, д. 74, к. 2

ООО «Яндекс»

119021, г. Москва, ул. Льва Толстого, д.16

РЕШЕНИЕ по делу № 077/05/25-8425/2023

«14» 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) в составе:

председателя Комиссии – <...>,

членов Комиссии – <...>, <...>, рассмотрев дело № 077/05/25-8425/2023 по признакам нарушения ООО «ИРИСТ 2000» (ИНН: 7734223229), ООО «Яндекс» (ИНН 7736207543) части 1.1 статьи 25 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении рекламы «Бальзам Алексеевский (Фитомикс40)» на сайте avito.ru, без указания предупреждения о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством, в присутствии представителей ООО «ИРИСТ 2000» (по доверенности), в отсутствие ООО «Яндекс» (заявлено ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 077/05/25-8425/2023 возбуждено Московским УФАС России по результатам рассмотрения заявления физического лица относительно распространения рекламы «Бальзам Алексеевский (Фитомикс40)» на сайте avito.ru, без указания предупреждения о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством, с признаками нарушения части 1.1 статьи 25 Закона о рекламе. Распространение указанной рекламы подтверждается представленными в материалы

дела скриншотами. 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. При нажатии на рекламу открывается гиперссылка для перехода на сайт в сети Интернет по адресу <https://aplusa-apteka.ru/fitomiks-40-balzam-alekseevoy-kaps300mgn100-up?yclid=2095629815842931813>, на котором предлагается названная биологически активная добавка «Сухой экстракт Алексеевой» (Фитомикс-40 сухой экстракт)» (капсулы по 300 мг). Согласно части 1.1 ст. 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 кинои 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). 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.77.99.11.003.E.011245.11.14 «Сухой экстракт Алексеевой» (Фитомикс-40 сухой экстракт)» (капсулы по 300 мг) является биологически активной добавкой к пище. Следовательно

рассматриваемая информация является рекламой биологически активных добавок. Следовательно в настоящем случае в распространенной рекламе «Бальзам Алексеевский (Фитомикс40)» на сайте avito.ru, без указания предупреждения о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством, 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 в рамках договора на условиях Оферты на оказание услуг «Яндекс.Директ», расположенной в сети Интернет по адресу: https://yandex.ru/legal/oferta_direct/, заключённого между Яндексом и ООО «ИРИСТ 2000» (ИНН: 7734223229). При этом сайт <https://www.avito.ru/> используется исключительно как информационное пространство для размещения рекламы сервисом «Яндекс.Директ» на основании договора № РС-25254-11/14 от 01.11.2014. На заседании Комиссии представителем ООО «ИРИСТ 2000» были представлены пояснения, согласно которым ответственность за нарушение части 1.1 статьи 25 Закона о рекламе несет только ООО «Яндекс», так как указанное предупреждение со стороны ООО «ИРИСТ 2000» было проставлено. Какая-либо возможность отследить распространяемый ООО «Яндекс» рекламный вид контекстной рекламы у ООО «ИРИСТ 2000» отсутствует. Комиссия, изучив представленные документы и отклоняя заявленные доводы, исходит из следующего. ООО «ИРИСТ 2000» не представило какие-либо подтверждающие документы, свидетельствующие о наличии соответствующей предупреждающей надписи в макете рекламы. При распространении рекламы рекламодателю необходимо в том числе самостоятельно проверять распространяемую рекламу, а не перекладывать всю ответственность на рекламораспространителя. Исходя из вышеизложенного Комиссией установлено, что ООО «Яндекс» является рекламораспространителем, а ООО «ИРИСТ 2000» рекламодателем рассматриваемой рекламы. Таким образом, в действиях ООО «ИРИСТ 2000» и 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. Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пускай 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 «ИРИСТ 2000» и 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 дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России. 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,

РЕШИЛА:

1. Признать ООО «ИРИСТ 2000» и ООО «Яндекс» нарушившими часть 1.1 статьи 25 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы «Бальзам Алексеевский (Фитомикс40)» на сайте avito.ru, без указания предупреждения о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством. 2. Выдать ООО «ИРИСТ 2000» и ООО «Яндекс» предписание 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. Председатель комиссии <...>

Члены комиссии: <...>, <...>