

ООО «Экология Жизни»

115114, г. Москва,

Дербеневская ул., д.11а стр.13, ком. 5

<...>

ООО «Яндекс»

119021, г. Москва,

ул. Льва Толстого, д.16

<...>

ООО «Клик.ру»

125364, г. Москва,

ул. Свободы, д. 50

<...>

РЕШЕНИЕ

по делу № 077/05/25-11223/2023

«21» сентября 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 № 077/05/25-11223/2023, возбужденное в отношении ООО «Экология Жизни» (ИНН 7706115084), ООО «Яндекс» (ИНН 7736207543), ООО «КЛИК.РУ» (ИНН 7743771327) по факту распространения в системе «Яндекс.Директ» в период с 01.06.2023 по настоящее время рекламы «Чем полезен – Селен-Актив Рекомендуется в качестве дополнительного источника селена и витамина С.», с признаками нарушения части 1.1

статьи 25 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе),

в присутствии представителя ООО «Экология Жизни» по доверенности (посредством видеоконференцсвязи),

в отсутствие представителей ООО «Яндекс» (направлено ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие — вх. № 56444-ЭП/23 от 04.09.2023), ООО «КЛИК.РУ» (направлено ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие — вх. № 56473/23 от 04.09.2023),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 077/05/25-11223/2023 возбуждено в отношении ООО «Экология Жизни», ООО «Яндекс», ООО «КЛИК.РУ» на основании заявления физического лица относительно распространения в системе «Яндекс.Директ» в период с 01.06.2023 по настоящее время рекламы «Чем полезен – Селен-Актив Рекомендуется в качестве дополнительного источника селена и витамина С.».

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.

Установлено, что при нажатии на спорную рекламу осуществлялся переход на сайт в сети Интернет по адресу https://selen-activ.ru/?utm_source=yandex&utm_medium=cpc&utm_campaign=87615270&utm_content=14127358889&, на котором можно приобрести биологически активную добавку к пище Селен-Актив.

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.

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.E.003886.09.16 биологически активная добавка к пище «Селен-Актив®» (таблетки массой 0,25 г в потребительской упаковке - для реализации населению, в упаковке «in bulk» - для последующей расфасовки) 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.

ООО «Экология Жизни» сообщило, что при виртуальном нажатии пользователем на рассматриваемую рекламу происходит переход на сайт ООО «Экология Жизни», где потребитель может полностью ознакомиться со всей необходимой и полной информацией о товаре. Изображение товара со всей необходимой по закону информацией, включая информацию, что БАД не является лекарством, размещена на сайте рекламодателя.

Комиссия Московского УФАС России не может принять довод ООО «Экология Жизни» о размещении всей необходимой информации на официальном сайте компании как исключаящий в рассматриваемом случае нарушение части 1.1 статьи 25 Закона о рекламе по причине того, что данная норма не содержит каких-либо исключений в обязательстве добавления предупреждения в рекламном макете.

ООО «Яндекс» пояснило, что в силу технической ошибки со стороны ООО «Яндекс» размещение спорного рекламного объявления до 09.06.2023 осуществлялось без дисклеймера.

По мнению Комиссии, ООО «Экология Жизни», рассчитывая на алгоритмы системы «Яндекс.Директ», не проявило 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 рекламодатель и рекламодатель.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо. Согласно пункту 7 статьи 3 Закона о рекламе под рекламодателем понимается лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Спорная реклама распространялась в системе «Яндекс.Директ», следовательно, рекламодателем является ООО «Яндекс». Данное обстоятельство Обществом не оспаривается.

Установлено, что спорная реклама распространялась на основании следующих последовательно заключенных договоров:

- <...>;

- <...>;

- <...>.

Заявителем представлены скриншоты, в соответствии с которыми следует, что при виртуальном нажатии на спорную рекламу демонстрировалась информация о рекламодателе спорной рекламы — ООО «Экология Жизни» .

На основании представленных в материалы дела документов и сведений следует, что рекламодателем, то есть лицом, определившим объект рекламирования и (или) содержание рекламы, является ООО «Экология Жизни». Данное обстоятельство сторонами по делу не оспаривается.

На основании изложенного, в действиях ООО «Экология Жизни», 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 (пусть 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.

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 «Экология Жизни», 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

РЕШИЛА:

1. Признать ООО «Экология Жизни», ООО «Яндекс» нарушившими требования части 1.1 статьи 25 Закона о рекламе при распространении в системе «Яндекс.Директ» в период с 01.06.2023 по настоящее время рекламы «Чем полезен – Селен-Актив Рекомендуется в качестве дополнительного источника селена и витамина С.».
2. Выдать ООО «Экология Жизни», ООО «Яндекс» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Производство по делу № 077/05/25-11223/2023 в отношении «КЛИК.РУ» прекратить в связи с неподтверждением факта нарушения положений Закона 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.

Председатель комиссии <...>

Члены комиссии:

<...>

<...>

Исп. <...>