

О признании рекламы ненадлежащей

ООО «Яндекс»

119021, Москва,

ул. Льва Толстого 16

электронная почта:

<...>

ООО «АПИС»

электронная почта:

<...>

К<...>

РЕШЕНИЕ

по делу №052/05/25-1620/2023

Резолютивная часть решения объявлена 15 сентября 2023 года.

Решение в полном объеме изготовлено 27 сентября 2023 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее — Комиссия) в составе:

<...>. - <...>.,

<...>. - <...>.,

<...>. - <...>.,

рассмотрев дело №052/05/25-1620/2023, возбужденное в отношении ООО «Яндекс» (ИНН 7736207543; ОГРН 1027700229193), по признакам нарушения части 1.1. статьи 25 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», с последующим привлечением к участию в рассмотрении дела в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства, ООО «АПИС» (ОГРН: 1135261002524, ИНН: 5261086643), в присутствии генерального директора ООО «АПИС» - К<...>.,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области поступило обращение физического лица К<...> по поводу рекламы биологически активной добавки, содержащей признаки нарушения Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее ФЗ «О рекламе»).

В связи с тем, что местом регистрации ООО «Яндекс» является город Москва, на основании пункта 6 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 №1922, Нижегородское УФАС России ходатайствовало перед Федеральной антимонопольной службой о наделении полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела в отношении ООО «Яндекс».

14.06.2023 (вх.№15191-ЭП/23) ФАС России наделила Нижегородское УФАС России соответствующими полномочиями.

Определением от 05.07.2023 в отношении ООО «Яндекс» возбуждено дело №052/05/25-1620/2023 по признакам нарушения части 1.1 статьи 25 ФЗ «О рекламе».

Определением от 18.07.2023 к участию в рассмотрении дела, в качестве лица в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства, привлечено ООО «АПИС».

Рассмотрение дела по существу состоялось 15.09.2023 в 09 часов 15 минут посредством проведения видеоконференцсвязи.

О времени и месте рассмотрения дела стороны уведомлены надлежащим образом.

От заявителя и ООО «Яндекс» поступили ходатайства о рассмотрении настоящего дела в их отсутствие.

Изучив материалы дела, представленные документы, Комиссия Нижегородского УФАС России приходит к следующим выводам.

В период с 02.02.2023 по 29.06.2023 на сайте ООО «Кех Екоммерц» (<https://www.avito.ru/>) размещался баннер с информацией следующего содержания: «*apiora.ru Ахиллан экстракт тысячелистника Биолит 570 р. -27% 790 р. Узнать больше*».

Согласно пункту 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе», реклама представляет собой информацию, распространяемую любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованную неопределенному кругу лиц, направленную на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему, а также его продвижению на рынке.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама, пункт 3 этой же статьи определил, что товар — продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Рассматриваемая информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования - «Ахиллан экстракт тысячелистника Биолит».

Таким образом рассматриваемая информация отвечает всем признакам, установленным пунктом 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе», следовательно является рекламой.

В соответствии с пунктом 5 части 1 статьи 24 Технического регламента Таможенного союза «О безопасности пищевой продукции» (ТР ТС 021/2011), утвержденного Решением Комиссии Таможенного союза от 09.12.2011 №880, биологически активные добавки к пище (БАД) относятся к специализированной пищевой продукции, подлежащей государственной регистрации.

Согласно информации, размещенной на сайте https://www.rospotrebnadzor.ru/about/info/news_details.php?ELEMENT_ID=15881, сведения о государственной регистрации специализированной пищевой продукции, в том числе биологически активных добавок к пище (БАД), вносятся в Единый реестр, являются общедоступными и размещаются на обновляемом специализированном поисковом сервере в информационнотелекоммуникационной сети «Интернет» по адресам: <https://www.eurasiancommission.org/> и <http://fp.crc.ru> (российская часть).

В соответствии с расположенным на сайте: https://portal.eaeunion.org/sites/odata/_layouts/15/portal.eec.registry.ui/directoryform.aspx?listid=0e3ead06-5475-466a-a340-6f69c01b5687%itemid=231# реестром свидетельств о регистрации, биологически активная добавка к пище «Ахиллан» (экстракт травы тысячелистника) имеет свидетельство о государственной регистрации №RU.77.99.88.003.E.012313.12.14 от 17.12.2014 и предназначена для реализации населению через аптечную сеть и специализированные магазины, отделы торговой сети в качестве биологически активной добавки к пище — источника флавоноидов и танинов.

Следовательно, рекламируемое средство «Ахиллан экстракт тысячелистника Биолит» является биологически активной добавкой.

В соответствии с частью 1.1 статьи 25 ФЗ «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.

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

Таким образом, реклама противоречит требованиям части 1.1 статьи 25 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение части 1.1 статьи 25 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель.

Пунктом 7 статьи 3 Закона «О рекламе» установлено, что рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламное сообщение размещалось на сайте <https://www.avito.ru/>.

Сайт является сервисом для размещения объявлений, с помощью которого любой зарегистрированный пользователь может создать и сделать общедоступными объявления о своих предложениях, сгруппированные по характерным общим признакам и обозначенные специальной рубрикой («автомобили», «недвижимость», «работа», «услуги», «личные вещи», «хобби и отдых», «коллекционирование», «картины» и т.д.).

Помимо сведений, указанных выше, сайт содержит ряд специально выделенных блоков для размещения информации (информационный блок), которые согласно договору №РС-25243-11/14 от 01.11.2014, заключенному между Авито и ООО «Яндекс», используются ООО «Яндекс».

В соответствии с пунктом 2.1 Договора, предметом договора является оказание ООО «КЕХ еКоммерц» технических услуг, связанных с предоставлением ООО «Яндекс» возможности размещения сведений, определяемых ООО «Яндекс», внутри сайта.

Согласно пункту 3.10.4 Договора ООО «КЕХ еКоммерц» обязуется не удалять, не редактировать, не сворачивать, не применять фильтры, не изменять порядок, вид и иные характеристики отображения сведений, поступающих от ООО «Яндекс» для отображения на информационных блоках.

В отзыве по делу (вх.№17922-ЭП/23 от 14.07.2023) ООО «Яндекс» сообщило, что рассматриваемая реклама размещается в рамках договора на условиях Оферты на оказание услуг «Яндекс.Директ», расположенной в сети Интернет по адресу: https://yandex.ru/legal/oferta_direct, заключенного между ООО «Яндекс» и ООО «АПИС» (<...>).

В связи с этим, 18.07.2023 в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства привлечено ООО «АПИС».

В отзыве по делу (вх.№ 21708-ЭП/23 от 30.08.2023) ООО «АПИС» сообщило, что реклама БАД «Ахиллан экстракт тысячелистника Биолит» размещена в системе «Яндекс.Директ», принадлежащей ООО «Яндекс», на условиях оферты. Макет рекламы автоматически создан системой «Яндекс.Директ» в соответствии с внутренними правилами рекламной системы.

При этом рекламодатель не имеет возможности редактировать объявления, а также заранее видеть рекламные объявления. Объявления отображаются случайным образом только заинтересованным пользователям согласно алгоритмам рекламной системы «Яндекс.Директ», что не позволяет рекламодателю ООО «АПИС» проверить объявления на соответствие требованиям Федерального закона «О рекламе» после создания объявлений и их размещения.

Кроме того, ООО «Яндекс» взял на себя обязательство самостоятельно включать в рекламные публикации предупреждение о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством.

В правилах рекламной площадки на странице <https://yandex.ru/support/direct/troubleshooting/shows.html#warning> ООО «Яндекс» указывает: «по требованиям законодательства предупреждения автоматически добавляются к следующим объявлениям: медицинская деятельность, изделия медицинского назначения, лекарственные средства, БАДы, заменители женского молока и питание для младенцев, изделия, конструктивно сходные с оружием; финансовые услуги; доленое строительство и новостройки.

В ходе рассмотрения дела Комиссия установила, что в «Правилах и модерации биологически активных добавок (БАД)» (<https://yandex.ru/support/direct/moderation/categories/supplements-dietary-supplements.html>) в системе «Яндекс.Директ» возможно размещение рекламы БАД, за исключением БАД с указанием на лечение. Предупреждение «Не является лекарством» в текстовые объявления автоматически добавляются автоматически. Текст предупреждения не зависит от содержания конкретного объявления и не может быть изменен. В графические объявления, видеообъявления и в креативы медийных кампаний это предупреждение необходимо добавлять самостоятельно.

Рассматриваемое рекламное сообщение является текстовым объявлением, следовательно, предупреждение «не является лекарством» должно было быть включено ООО «Яндекс».

Согласно пункту 3.3.6. правил показа (https://yandex.ru/legal/direct_display_rules/), Пользователю может показываться заголовок объявления (и/или его часть), и/или Ссылка и/или изображение (с учетом ограничений, установленных настоящим Правилами), при этом показ полного текста объявления не гарантируется и может не осуществляться. Следовательно у рекламодателя при внесении в текст пометки «не является лекарственным средством» отсутствует гарантия донесения информации до потребителя рекламы.

В отзыве по делу ООО «Яндекс» сообщило, что размещение рекламного сообщения без предупреждения о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством, произошло в результате технической ошибки.

Проанализировав представленные документы, Комиссия приходит к выводу о том, что размещение рекламы биологической активной добавки «Ахиллан» с нарушением части 1.1 статьи 25 ФЗ «О рекламе» произведено ООО «Яндекс».

Следовательно, рекламодателем рассматриваемого рекламного сообщения является ООО «Яндекс».

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» ненадлежащей рекламой признается реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Таким образом, Комиссия Нижегородского УФАС России приходит к выводу о том, что реклама «*apiora.ru* Ахиллан экстракт тысячелистника Биолит 570 р. -27% 790 р. Узнать больше.», распространенная ООО «Яндекс» с 02.02.2023 по 29.06.2023 является ненадлежащей, противоречащей требованиям части 1.1 статьи 25 ФЗ «О рекламе».

В связи с тем, в настоящее время нарушение устранено, Комиссия Управления считает, что в рассматриваемом случае отсутствует необходимость в выдаче предписания, направленного на устранение выявленных нарушений.

Руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», и в соответствии с пунктами 43-49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 №1922, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу *«apiora.ru Ахиллан экстракт тысячелистника Биолит 570 р. -27% 790 р. Узнать больше.»*, распространенную ООО «Яндекс» с 02.02.2023 по 29.06.2023, поскольку она противоречит части 1.1 статьи 25 ФЗ «О рекламе».
2. Передать материалы уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области для возбуждения дела об административном правонарушении в отношении ООО «Яндекс», предусмотренном статьей 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

<...>