

<....>

ПРОТОКОЛ

об административном правонарушении по делу

№ 077/04/14.3-7149/2024

«28» 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) <....>м в отношении должностного лица —

<....>, по факту распространения

20.06.2023 рекламы «Лоперамид-Алиум 2 мг 20 шт капсулы Купить на marketdelivery.yandex.ru», с нарушением части 7 статьи 24 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 23.11.2023 по делу

№ 077/05/25-11586/2023, в действиях юридического лица - ООО «Яндекс» по факту 2024-24177

2

распространения 20.06.2023 рекламы «Лоперамид-Алиум 2 мг 20 шт капсулы Купить на market-delivery.yandex.ru», установлено нарушение части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон 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.

Установлено, что при нажатии на спорную рекламу осуществлялся переход на сайт в сети Интернет по адресу

https://marketdelivery.yandex.ru/retail/samson_farma/product/4a39acd8-6d15-4937-88b24fc4a0b32d5c?item=4a39acd8-6d15-4937-88b2-4fc4a0b32d5c, на котором предлагается лекарственный препарат Лоперамид-Алиум.

Предметом рассмотрения настоящего дела является распространяемая в системе «Яндекс.Директ» реклама лекарственного препарата. 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, Управление установило, что рассматриваемая информация, размещенная в системе «Яндекс.Директ», является рекламой, что сторонами по делу не оспаривается.

Согласно части 7 статьи 24 Закона о рекламе реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и

использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять

2024-24177

3

не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд и должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими

способами, - не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства). Требования настоящей части не распространяются на рекламу, распространяемую в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, а также в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях, и на иную рекламу, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники.

Из указанной в Государственном реестре лекарственных средств информации по адресу https://grls.rosminzdrav.ru/Grls_View_v2.aspx?routingGuid=8039b386-ef5b46c7-a724-5a81046fd7fc следует, что Лоперамид-Алиум является лекарственным

препаратом, зарегистрированным под номером ЛП-№(000597)-(РГ-RU).

Из содержания рассматриваемой рекламы следует, что объектом рекламирования является лекарственный препарат Лоперамид-Алиум.

Следовательно, рассматриваемая информация является рекламой лекарственного препарата.

Вместе с тем, требуемое предупреждение в спорной рекламе отсутствовало.

В силу статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных части 7 статьи 24 Закона о рекламе, несет рекламодатель

и рекламодатель.

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 Обществу не оспаривается.

Решением по делу № 077/05/25-11586/2023 установлено, что

рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ООО «Яндекс». Ответственность за данное правонарушение 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.

2024-24177

4

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

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 документами, представленными ООО «Яндекс», ответственным за нарушение ООО «Яндекс» требований, установленных положениями части 7 статьи 24 Закона о рекламе, является руководитель подразделения управления эффективностью коммерческого департамента ООО «Яндекс»<....>, находившаяся в указанной должности на момент распространения рекламы.

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 7 статьи 24 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 4 статьи 24 Закона о рекламе.

Место совершения административного правонарушения — г. Москва.

Время совершения административного правонарушения — 20.06.2023.

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,

2024-24177

5

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.

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.

Главный специалист-эксперт <....>а

<....>