

ИГ/6003 от 06.02.2017

ИП <...>

140127, Московская обл.,

<...>

109444, г. Москва,

<...>

<...>

143922, Московская обл.,

<...>

<...>

ООО «Яндекс»

119021, г. Москва,

ул. Льва Толстого, д. 16

ООО «Мэйл.Ру»

125167, г. Москва,

Ленинградский пр-т, д. 39, стр. 79

РЕШЕНИЕ

«23» января 2017 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 – И.С. Гудковой, членов Комиссии – П.В. Олейника, Н.С. Уваровой, рассмотрев дело № 3-7-129/77-16, возбужденное в отношении ИП <...>, <...>, ООО «Яндекс», ООО «Мэйл.Ру» по факту распространения в сети «Интернет» в системе «Яндекс.Директ» рекламы «Кальяны 56 см RP-53043; Кабели и разъемы для сетевого оборудования, 3155 руб., в наличии; plata.ru» с признаками нарушения пункта 8 статьи 7 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в рекламе товаров, рекламирование которых запрещено законодательством Российской Федерации,

1

в присутствии представителей ООО «Яндекс» в лице Филина А.М. (по доверенности № 65 от 30.03.2016); ООО «Мэйл.ру» в лице в лице Бабичева Д.С. (по доверенности б/н от 26.05.2015), Мельниковой Е.С. (по доверенности б/н от 26.05.2015), в отсутствие представителей ИП <...>, <...> (уведомлены надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-7-129/77-15 возбуждено в отношении ИП <...>, <...>, ООО «Яндекс», ООО «Мэйл.Ру» на основании обращения физического лица по факту распространения в сети «Интернет» в системе «Яндекс.Директ» рекламы «Кальяны 56 см RP-53043; Кабели и разъемы для сетевого оборудования, 3155 руб., в наличии; plata.ru».

В рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе, выразившегося в рекламе кальянов, реклама которых запрещена законодательством Российской Федерации о рекламе.

На заседании Комиссии 27.09.2016 ООО «Яндекс» было заявлено ходатайство об отложении рассмотрения дела № 3-7-129/77-16 в связи с тем, что Обществом направлен запрос разъяснений в Федеральную антимонопольную службу, ответ

на
который может иметь значение при вынесении решения по существу.
В соответствии с представленными в материалы дела документами и сведениями, ответ на запрос разъяснений Федеральной антимонопольной службы был
направлен в адрес ООО «Яндекс» по почте 18.01.2017, то есть за один день до очередной даты заседания Комиссии.
В связи с изложенным ООО «Яндекс» на заседании Комиссии 19.01.2017 заявлено ходатайство об отложении рассмотрения дела по существу в целях предоставления лицам, участвующим в деле возможности ознакомления в разъяснениями Федеральной антимонопольной службы и корректировки позиции с
учетом изложенных в нем разъяснений.
В соответствии с пунктом 3.44 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению
дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации
о рекламе, утвержденного Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12, Комиссией
Московского УФАС России принято решение о частичном удовлетворении ходатайства
ООО «Янедкс» и объявлении перерыва до 15 часов 30 минут 23.01.2017. По мнению Комиссии, срока, на который объявлен перерыв, достаточно для достижения целей, с
которыми заявлено ходатайство ООО «Яндекс», что сторонами по делу мотивированно
не оспаривалось.
После перерыва 23.01.2017 Комиссией Московского УФАС России продолжено рассмотрение дела № 3-7-129/77-16. Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, выслушав доводы представителей ООО «Яндекс», ООО «Мэйл.Ру», оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России
2
приходит к следующим выводам.
ООО «Яндекс» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 18.09.2000 за основным государственным регистрационным номером 1027700229193, ИНН 7736207543, КПП 770401001.
ООО «Мэйл.Ру» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 20.12.2002 за основным государственным регистрационным номером 1027739850962, ИНН 7743001840, КПП 771401001.
ИП <...> является физическим лицом, включен в Единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей 02.12.2004 за основным государственным регистрационным номером 304504033700081, ИНН 504010990206.
<...> является физическим лицом.
В системе «Яндекс.Директ» в период с 19.02.2016 по 29.02.2016 размещалась реклама следующего содержания: «Кальяны 56 см RP-53043; Кабели и разъемы для

сетевого оборудования, 3155 руб., в наличии; plata.ru».

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, под рекламой понимается 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. 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.

Реклама размещалась в сети «Интернет» посредством системы «Яндекс.Директ» и была доступна неопределенному кругу лиц.

Указанные обстоятельства также подтверждаются представленными ООО «Яндекс» сведениями, согласно которым общее количество показов рассматриваемой рекламы составило 697 раз. Данные показы были осуществлены на

сайтах: market.yandex.ru, direkt.yandex.ru, mail.ru.

Таким образом, установлено, что место и способ распространения рассматриваемой рекламы является общедоступным для неопределенного круга лиц потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по территории его распространения и кругу лиц-потребителей рекламы, Комиссией Московского УФАС России не установлено.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, под объектом рекламирования понимается 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

3 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.

В настоящем случае, исходя из текста рекламы, объектом рекламирования выступают приспособления для курения табака, а именно кальяны.

При этом заявителем приложены скриншоты страниц сайта, на который осуществлялся переход при нажатии на данную рекламу. В соответствии с данным скриншотом, на сайте www.plata.ru (Разделы: Главная — Разное — Другое — Кальян 56см RP-53043) предложен для приобретения Кальян стоимостью 3155 рублей.

Также при проверке информации в сети Интернет составлен Акт № 8-15 от 05.04.2016, согласно которому при наборе в адресной строке ссылки (согласно скриншоту заявителя) осуществляется переход на страницу с названием «Кальян 56см 53043». Ниже отображается сообщение «Элемент не найден», что свидетельствует об удалении с сайта рассматриваемой информации.

Кроме того, исходя из самого адреса страницы на которую осуществлялся переход при нажатии (клике) на рекламное объявление, как согласно скриншоту заявителя, так и в соответствии со сведениями ООО «Яндекс» содержал в себе фрагмент «...kalyan-56sm-rp...», что в русской транскрипции читается как

«кальян-56 см...».

Резюмируя изложенное, рассматриваемая информация распространялась неопределенному кругу лиц, исходя из способа распространения и содержания, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (кальянам), а следовательно является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе. Данный вывод лицами, участвующими в деле, не оспаривается. В соответствии с пунктом 8 статьи 7 Закона о рекламе, не допускается реклама табака, табачной продукции, табачных изделий и курительных принадлежностей, в том числе трубок, кальянов, сигаретной бумаги, зажигалок. Таким образом, Законом о рекламе установлен прямой запрет на привлечение внимания потребителей к определенному объекту рекламирования — кальянам.

Указанный запрет введен в Закон о рекламе Федеральным законом от 21.10.2013 № 274-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях и Федеральный закон «О рекламе» в связи с принятием Федерального закона «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» (далее — Закон о внесении изменений).

Согласно пояснительной записке к проекту Закона о внесении изменений данный проект подготовлен в целях установления административной ответственности за нарушение норм и правил, предусмотренных Федеральным законом «Об охране здоровья населения от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака», направленным на совершенствование законодательства в сфере охраны здоровья населения от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака с учетом

4 положений Рамочной конвенции Всемирной организации здравоохранения по борьбе против табака для совершенствования обеспечения охраны таких основополагающих прав граждан, как право на охрану здоровья и право на благоприятную окружающую среду (статьи 41 и 42 Конституции Российской Федерации).

Таким образом, установленный запрет направлен на пресечение распространения рекламы товаров, прямо или косвенно относящихся к потреблению табака, а равно направлен на ограждение неопределенного круга лиц-потребителей рекламы от рекламы продукции, которая вредит их здоровью. В соответствии с толковым словарем С.И. Ожегова, под кальяном понимается восточный курительный прибор, в котором табачный дым охлаждается и очищается, проходя через воду (Толковый словарь Ожегова. С.И. Ожегов; Н.Ю. Шведова. 1949-1992).

В настоящем случае установлено, что рассматриваемое рекламное объявление, размещаемое в системе «Яндекс.Директ» было направлено на привлечение внимания, формирование или поддержание интереса и продвижение на рынке кальянов, реализуемых в интернет-магазине «Плама». По мнению Комиссии не имеет значения тот факт, что на момент рассмотрения дела на сайте интернет-магазине «Плама» отсутствовали в продаже такие товары как кальяны и иные курительные принадлежности. Факт наличия на сайте страницы, на которой возможно было заказать данный товар, подтвержден актом осмотра сайта, а следовательно на момент распространения рекламы объект рекламирования продавался на сайте.

Кроме того, согласно письменным и устным пояснения ООО «Яндекс» рассматриваемая реклама была отображена в системе «Яндекс.Директ», так как

информация о рекламируемом товаре была загружена рекламодателем в программу «Яндекс.Маркет», а в дальнейшем загружена в систему «Яндекс.Директ».

В соответствии с «Общими условиями оказания услуг Яндекс.Маркет», карточка предложения магазина представляет собой страницу сервиса «Яндекс.Маркет», содержащая товарное предложение заказчика в виде баннера, который может включать изображение, иную информацию (наименование товара, наименование магазине заказчика и т. п., ссылку, переадресующую пользователя к информационному ресурсу (сайту) в сети Интернет (сайт заказчика/магазина заказчика), адрес (URL) которого указан заказчиком (ссылка может отсутствовать в случае когда осуществляется показ локального товарного предложения (баннера) пользователю, чье местонахождение не совпадает с регионом пользователя); материалами является совокупность предоставляемых заказчиков товарных предложений, информационно-справочных материалов, содержащих сведения об ассортименте, ценах, характеристиках, наличии в продаже товаров (работ, услуг), предлагаемых в магазине заказчика потенциальным покупателям в текущий период, информацию о нахождении стационарных точек продаж заказчика, изображения, описания и иные сведения о товарных предложениях и магазине.

5

На основании изложенного у Комиссии Московского УФАС России не возникает сомнения относительно того, что рекламируемый товар действительно предлагался на сайте интернет-магазина «Плама», информация о нем была загружена в систему «Яндекс.Маркет», которая представляет собой систему, направленную на объединение и систематизацию товаров в зависимости от запросов пользователей. Временной промежуток распространения в настоящем случае не является ключевым фактором при определении наличия либо отсутствия факта нарушения, так как сам по себе факт размещения ненадлежащей рекламы даже в течение короткого периода времени является нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе.

На основании вышеизложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о наличии в рекламе кальянов, распространяемой в системе «Яндекс.Директ» в период с 19.02.2016 по 29.02.2016, факта нарушения пункта 1 статьи 7 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе, в соответствии с частями 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе, несет как рекламодатель, так и рекламодателем.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем признается лицо, осуществляющее распространение

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

Как установлено выше, рассматриваемая реклама была распространена на следующих сайтах: market.yandex.ru, direkt.yandex.ru, mail.ru.

Установлено, что администратором домена yandex.ru является

ООО «Янедкс», администратором домена mail.ru является ООО «Мэйл.Ру».

Данные обстоятельства лицами, участвующими в деле не оспариваются.

Положения статьи 2 Федерального закона от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»

устанавливают, что сайтом в сети «Интернет» является совокупность программ для электронных вычислительных машин и иной информации, содержащейся в информационной системе, доступ к которой обеспечивается через сеть

«Интернет» по доменным именам и (или) по сетевым адресам, позволяющим идентифицировать сайты в сети «Интернет». Доменным именем является обозначение символами, предназначенное для адресации сайтов в сети «Интернет» в целях обеспечения доступа к информации, размещенной в сети «Интернет». Владелец сайта в сети «Интернет» — это лицо, самостоятельно и по своему усмотрению определяющее порядок использования сайта в сети «Интернет», в том числе порядок размещения информации на таком сайте. Таким образом, распространителями рассматриваемой рекламы являются ООО «Яндекс», ООО «Мэйл.Ру».

В соответствии с представленными в материалы дела документами и сведениями, рассматриваемая реклама распространялась на основании следующих договоров: Договор № 42/21 от 28.06.2013, заключенный между ООО «Яндекс» и ООО «Мэйл.Ру» (далее — Договор 1); Оферта на оказание услуг «Яндекс.Маркет» и Общие условия оказания услуг «Яндекс.Маркет», заключенные между ООО «Яндекс» и ИП <...>, а также между ООО «Яндекс» и б

<...> (далее — Договоры, Оферта, Условие).

В соответствии с пунктом 2.1 Договора 1, ООО «Мэйл.Ру» за вознаграждение оказывает ООО «Яндекс» услуги, связанные с размещением ООО «Яндекс» рекламы на рекламных местах по принципу поисковой рекламы, в частности:

- обеспечение корректного взаимодействия ресурсов ООО «Мэйл.Ру» с системой показа рекламных материалов ООО «Яндекс» в течение всего срока действия Договора 1, в том числе посредством XML-вызовов системы показа рекламных материалов или установки программного модуля ООО «Яндекс» по показу рекламных материалов на ресурсах ООО «Мэйл.Ру» и обеспечение его работоспособности и корректного программно-аппаратного взаимодействия с системой показа рекламы в части, зависящей от ООО «Мэйл.Ру»;
- обеспечение отображения размещаемых по Договору 1 рекламных материалов на рекламных местах на ресурсах владельца с соблюдением требований, установленных Договором 1.

При этом, согласно разделу 1 Договора 1, под ресурсами ООО «Мэйл.Ру» понимаются информационные ресурсы в сети Интернет в домене mail.ru и иных доменах, администратором которых является ООО «Мэйл.Ру» или фактическая и/или

юридическая возможность администрирования которых реализуется ООО «Мэйл.Ру»

(включая все уровни указанных доменов) и/или программы для ЭВМ (в том числе для мобильных устройств) ООО «Мэйл.Ру», как функционирующие в настоящее время, так

и запускаемые в течение всего срока действия Договора 1, на которых предусмотрено размещение рекламных мест.

Согласно пункту 3.8.2 Договора 1, ООО «Мэйл.Ру» обязуется показывать на рекламных местах всю рекламу, предоставляемую ООО «Яндекс», т. е. ООО «Мэйл.Ру» не имеет права:

- изменять содержащиеся в рекламе адреса гиперссылок, иным образом изменять указанную ООО «Яндекс» переадресацию пользователя с рекламы;
- заменять и любым иным образом препятствовать доступу пользователя к страницам (сайтам), на которые ведут гиперссылки в рекламе при обращении

(клике)

пользователя на такую рекламу;

- удалять, редактировать, сворачивать рекламу ООО «Янедкс» (страницы с рекламой), применять к ней фильтры, изменять порядок, вид и иные характеристики

отображения рекламы на установленных рекламных местах;

- отключать показ рекламы или показывать ее частично (не полностью).

При этом в соответствии с пунктом 3.12 Договора 1, рекламные материалы, размещаемые ООО «Яндекс» по Договору 1, должны соответствовать требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, что находится в пределах ответственности ООО «Яндекс», освобождая ООО «Мэйл.Ру» от претензий со стороны

третьих лиц в отношении несоответствия рекламы законодательству Российской Федерации о рекламе. В случае, если, по мнению ООО «Мэйл.Ру», размещение ООО «Яндекс» каких-либо рекламных материалов противоречит нормам и требованиям действующего законодательства Российской Федерации, либо повлекло

или может повлечь предъявление претензий в отношении нарушения законных прав третьих лиц, ООО «Мэйл.Ру» вправе приостановить размещение такой рекламы до

урегулирования ООО «Яндекс» спорных вопросов с третьими лицами, направив ООО «Яндекс» соответствующее обоснованное уведомление.

Таким образом, не смотря на установленные Договором 1 обязанности ООО «Мэйл.Ру» по размещению всех рекламных материалов ООО «Яндекс» на своих

ресурсах, Обществу также предоставлена возможность по временному приостановлению размещения рекламы, в случае, если она, по мнению ООО «Мэйл.Ру», противоречит законодательству Российской Федерации о рекламе.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу, что доводы ООО «Мэйл.Ру», ООО «Яндекс» относительно отсутствия у ООО «Мэйл.Ру» возможности контролировать размещение какой рекламы осуществляется на его ресурсах через систему «Яндекс.Директ» противоречит положениям представленного в материалы дела Договора 1.

Кроме того, в соответствии с разъяснения Федеральной антимонопольной службы, данных на основании запроса ООО «Яндекс» (письмо АК/2207/17 от 18.01.2017), на основании договора с владельцем (администратором) сайта ООО «Яндекс» использует собственные технические средства, с помощью которых осуществляется распространение рекламы на сайте указанного владельца (администратора). При этом владелец (администратор) сайта принимает решение о

распространении на данном сайте рекламы, определяет общие параметры распространения рекламы на сайте, таким образом, использует свой сайт для распространения рекламы.

Учитывая изложенное, ООО «Янедкс» и владелец (администратор) сайта, на котором размещается реклама, подпадают под понятие рекламораспространителя.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу, что в настоящем случае ООО «Яндекс» и ООО «Мэйл.Ру» совершили определенные действия по доведению рассматриваемой рекламы кальянов до неопределенного круга лиц, а равно являются рекламораспространителями.

Согласно представленным ООО «Яндекс» документам и сведениям, заключение Договоров с ИП <...> и <...> на размещение рекламы в системе «Яндекс.Директ» осуществлялось посредством акцепта ИП <...>, <...> оферты в порядке предусмотренном разделом 6 Оферты, согласно которому заказчик производит акцепт

оферты путем предварительной оплаты по счету услуг ООО «Яндекс, в отношении которых заключается договор, в течении 5 дней с момента выставления счета.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем признается изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Исходя из нормативного понятия рекламодателем может являться не только субъект, заинтересованный в продвижении рекламируемого товара на рынке, но и любой другой субъект, который определил непосредственное содержание рекламы, в частности какой именно товар (работу, услугу) рекламировать.

ООО «Яндекс» в материалы дела представлены копии счетов, в соответствии с которыми ИП <...> и <...> были оплачены услуги «Янедкс.Маркет» (счета № Б-70035860-1 от 18.01.2016, № Б-74551159-1 от 29.02.2016) за февраль 2016 года.

В соответствии с пунктом 3.4 Оферты заказчик самостоятельно осуществляет

8
подготовку материалов и предоставление их ООО «Яндекс», в порядке, изложенном в

документе «Требование к формату и методу передачи данных». Заказчик самостоятельно и в полном объеме несет предусмотренную законодательством ответственность как лицо, осуществившее приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму и гарантирует соответствие составленных и

предоставляемых им для размещения ООО «Яндекс» материалов всем требованиям

действующего законодательства. Представление материалов в готовой для распространения форме осуществляется заказчиком посредством веб-интерфейса

клиента с учетом всех требований, установленных Офертой.

На основании изложенного Комиссией Московского УФАС России установлено, что рекламодателями рассматриваемой рекламы являются ИП <...> и <...>.

Также ООО «Янедкс» отмечено, что, исходя из изложенного выше, реклама, размещаемая в системе «Яндекс.Директ», не проходит процедуру согласования макетов

рекламных объявлений между ООО «Яндекс» и заказчиком.

Однако, изложенные выше обстоятельства не могут исключать ответственность ООО «Яндекс» за распространение рекламы, в которой содержаться нарушение норм

законодательства Российской Федерации о рекламе, указанных в части 7 статьи 38

Закона о рекламе. Данный вывод подтверждается, в том числе, следующим.

В соответствии с пунктом 3.5 Оферты, в случае если материалы предоставляемые заказчиком с нарушением правил и требований договора (в т.ч. Общих Условий), ООО «Яндекс» вправе отказать в размещении таких материалов, приостановить или прекратить оказание услуг в отношении таких материалов, расторгнуть договор. Также в соответствии с пунктом 4.2.2 Оферты, ООО «Яндекс» имеет право приостановить оказание услуг по договору и/или

досрочно

расторгнуть договор в одностороннем внесудебном порядке путем уведомления заказчика в случае нарушения заказчиком обязательства, предусмотренного, в том

числе, пунктом 4.3.2 Оферты, согласно которому заказчик обязуется при подготовке,

создании, изменении материалов соблюдать все требования ООО «Яндекс» к рекламным материалам и условиям размещения, обусловленным Офертой, а также все

применимые нормы и требования действующего законодательства, в том числе Закона

«О рекламе».

Как ООО «Яндекс», так и ООО «Мэйл.Ру» осуществляют деятельность по предоставлению в сети Интернет площадей для распространения рекламных объявлений с целью получения систематического дохода, что по своей сути является

предпринимательской деятельностью. Согласно Гражданскому кодексу Российской

Федерации, предпринимательская деятельность осуществляется лицом на свой риск.

Беря на себя риск заниматься определенным видом деятельности

хозяйствующий субъект берет на себя обязанность осуществлять такую деятельность в

полном соответствии с законодательством Российской Федерации, в частности законодательством о рекламе. Таким образом, и ООО «Яндекс», и ООО «Мэйл.Ру», предоставляя площадку для размещения, в том числе, рекламных объявлений, как рекламодателем, берут на себя ответственность выполнять требования Закона

о рекламе, которые возложены на соответствующий субъект, а также несут риски привлечения к ответственности в случае несоблюдения таких требований. В связи с

этим, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу, что объем

9

размещаемых в системе рекламных объявлений, а также условия договоров не могут

снимать с Обществ ответственности за несоответствие размещаемой в такой системе

информации нормам, за нарушение которых, в соответствии с Законом о рекламе, несет

ответственность рекламодатель.

Таким образом, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о наличии в действиях ООО «Яндекс», ООО «Мэйл.Ру», ИП <...> и <...> факта нарушения пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе.

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской

Федерации о рекламе, 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.

Между тем, предписание само по себе направлено именно на устранение нарушений, выявленных при рассмотрении конкретного дела, и 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 «Яндекс», ООО «Мэйл.Ру», ИП <...> и <...> предписаний о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Частью 4 статьи 38 Закона о рекламе, частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ) предусмотрена административная ответственность за нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе.

Исходя из части 1 статьи 4.5 КоАП РФ, постановление по делу об административном правонарушении за нарушение законодательства о рекламе не может быть вынесено по истечении одного года со дня совершения 10

административного правонарушения.

Согласно документам и сведениям, представленным ООО «Яндекс», рассматриваемая реклама размещалась в системе «Яндекс.Директ» в период с 19.02.2016 по 29.02.2016.

Таким образом, срок давности привлечения к административной ответственности на дату оглашения резолютивной части решения не истек.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать ООО «Яндекс», ООО «Мэйл.Ру», ИП <...>, <...> нарушившими требования пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе при распространении ненадлежащей рекламы «Кальяны 56 см RP-53043; Кабели и разъемы для сетевого оборудования, 3155 руб., в наличии; plata.ru» в связи с тем, что реклама данного товара запрещена

законодательством Российской Федерации о рекламе.

2. Выдать ООО «Яндекс», ООО «Мэйл.Ру», ИП <...>, <...> предписания о

прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу
Московского УФАС России для возбуждения 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 И.С. Гудкова

Члены Комиссии П.В. Олейник

Н.С. Уварова

Исполнитель: Н.С. Уварова, Тел: 8 (495) 784-75-05 (доб. 159)

11