

ООО «Яндекс»

<...>

ООО «СЕРВИС ПРОЕКТ»

<...>

РЕШЕНИЕ

по делу № 077/05/25-11588/2023

«10» января 2024 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: <...>ой,

членов Комиссии: <...>ой, <...>ой,

рассмотрев дело № 077/05/25-11588/2023, возбужденное в отношении ООО «Яндекс» <...>, ООО «СЕРВИС ПРОЕКТ» <...> по факту распространения 15.06.2023 в системе «Яндекс.Директ» рекламы:

«Кандигон Иммунохелс. 1800 р. Подавляет рост дрожжевых грибков и патогенных бактерий...BIFIPRO.RU», без указания предупреждения о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством, с признаками нарушения части 1.1 ст. 25 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), в отсутствие представителей ООО «СЕРВИС ПРОЕКТ», ООО «Яндекс»,

УСТАНОВИЛА:

Дело № 077/05/25-11588/2023 возбуждено в отношении ООО «Яндекс»,

ООО «СЕРВИС ПРОЕКТ» на основании заявления физического лица относительно распространения 15.06.2023 в системе «Яндекс.Директ» рекламы: *«Кандигон Иммунохелс. 1800 р. Подавляет рост дрожжевых грибков и патогенных бактерий...BIFIPRO.RU»*, без указания предупреждения о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством.

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.

При нажатии на рекламу открывается гиперссылка для перехода на сайт в сети Интернет по адресу <https://bifipro.ru/tproduct/450782022-190234916241kandigonimmunohele>, на котором в том числе предлагается биологически активная добавка к пище «Кандигон Иммунохелс».

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 № <...> БАД к пище «Кандигон Иммунохелс» 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.

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.

В ответ на запрос Московского УФАС России ООО «Яндекс» сообщило, что реклама размещалась в рамках договора, заключённого между ООО «Яндекс» и ООО «СЕРВИС ПРОЕКТ» <...> на условиях Оферты на оказание услуг «Яндекс.Директ», расположенной в сети Интернет по адресу: https://yandex.ru/legal/oferta_direct/.

Следовательно, в настоящем случае рекламодателем спорной рекламы является ООО «СЕРВИС ПРОЕКТ», что Обществом не оспаривается.

Установлено, что датой фиксации нарушения является 15.06.2023.

На основании изложенного, в действиях ООО «СЕРВИС ПРОЕКТ», 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.

Согласно пункту 54 Правил добровольное устранение лицом (лицами) совершенного нарушения является основанием для антимонопольного органа не выдавать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Из материалов дела следует, что спорная реклама в настоящий момент не распространяется, сведения о продолжении распространения рекламы с нарушением части 1.1 статьи 25 Закона о рекламе в Московском УФАС России отсутствуют.

На основании изложенного Комиссия приходит к выводу о нецелесообразности выдачи предписания лицу, в чьих действиях установлено нарушение положений Закона о рекламе.

При этом, в случае выявления новых фактов ООО «СЕРВИС ПРОЕКТ», ООО «Яндекс» рекламы с нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе заявитель не лишен возможности подать в антимонопольный орган новое заявление.

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 «СЕРВИС ПРОЕКТ», ООО «Яндекс» нарушившими требования части 1.1 статьи 25 Закона о рекламе при распространении 10.07.2023 в рекламе: *«Кандигон Иммунохелс. 1800 р. Подавляет рост дрожжевых грибков и патогенных бактерий...BIFIPRO.RU».*
2. 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:

<...>

<...>