

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания по делу №077/04/14.3-7258/2024 об административном правонарушении.

«08» июля 2024 года г. Москва

Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве ..., рассмотрев протокол и материалы дела об административном правонарушении №077/04/14.3-7258/2024 юридического лица — ООО «Яндекс» (ИНН 7736207543), по факту нарушения части 5 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП РФ), выразившегося в нарушении части 1.1 статьи 25 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), в отсутствие представителя ООО «Яндекс» (надлежащим образом уведомленного о дате времени и месте рассмотрения дела об административном правонарушении согласно почтовому идентификатору ..),

### УСТАНОВИЛ:

Решением комиссии Московского УФАС России от 27.11.2023 по делу №077/05/25-12189/2023, в действиях юридического лица - ООО «Яндекс» по факту распространения 10.07.2023 в системе «Яндекс.Дзен» рекламы «Реклама... Печень под защитой: 5 лучших БАДов!.. С помощью каких БАДов можно поддержать работу вашей... GLSSTORE.TURBOPAGES.ORG», в том числе изображенное в рекламе средство Альфалиповая кислота GLS, в отсутствие предупреждения о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством, установлено нарушение части 1.1 статьи 25 Закона 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 неком 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://gls-store.turbopages.org/promo/media/gls\\_pharmaceuticals/pechen-pod-zascitoi-5-luchshih-badov-648b1144526edf0f88ce1d27?yclid=3500441130702799899](https://gls-store.turbopages.org/promo/media/gls_pharmaceuticals/pechen-pod-zascitoi-5-luchshih-badov-648b1144526edf0f88ce1d27?yclid=3500441130702799899), на котором в том числе предлагается биологически активная добавка к пище «Альфа-липоевая кислота GLS». 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.

Согласно пункту 3 статьи 3 Закона о рекламе под товаром понимается 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.R.001564.05.22 БАД к пище «Альфа-липоевая кислота GLS» (капсулы по 300 мг) 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.

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

Решением по делу № 077/05/25-12189/2023 установлено, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Яндекс».

Ответственность за невыполнение требований, установленных частью 1.1 статьи 25 Закона о рекламе, 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.

Согласно части 2 статьи 2.1 КоАП РФ юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых настоящим Кодексом или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Таким образом, виновные действия юридического лица — ООО «Яндекс» состоят в распространении 10.07.2023 в рекламе «Реклама... Печень под защитой: 5 лучших БАДов!.. С помощью каких БАДов можно поддержать работу вашей... GLSSTORE.TURBOPAGES.ORG», в том числе изображенное в рекламе средство Альфалиповая кислота GLS, без указания предупреждения о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством, с нарушением части 1.1 статьи 25 Закона о рекламе.

Место совершения административного правонарушения — г. Москва.

Время совершения административного правонарушения — 10.07.2023.

Вина юридического лица — ООО «Яндекс» в совершении административного правонарушения в соответствии с частью 5 статьи 14.3 КоАП РФ доказана.

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 с частью 3 статьи 4.1 КоАП РФ при назначении административного наказания юридическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, имущественное и финансовое положение юридического лица, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

Согласно пункту 2 части 1 статьи 4.2 КоАП РФ обстоятельством, смягчающим административную ответственность, признается добровольное прекращение противоправного поведения лицом, совершившим административное правонарушение.

Должностным лицом установлено, что предписание о прекращении нарушения Закона о рекламе не выдавалось в связи с прекращением распространения рекламы с нарушением части 1.1 статьи 25 Закона о рекламе.

Таким образом в действиях ООО «Яндекс» установлено обстоятельство, смягчающее административную ответственность.

Согласно пункту 2 части 1 статьи 4.3 КоАП РФ обстоятельством, отягчающим административную ответственность является повторное совершение однородного административного правонарушения, то есть совершение административного правонарушения в период, когда лицо считается подвергнутым административному наказанию в соответствии со ст. 4.6 КоАП РФ за совершение однородного административного правонарушения.

В соответствии со статьей 4.6 КоАП РФ, лицо, которому назначено административное наказание за совершение административного правонарушения, считается подвергнутым данному наказанию со дня вступления в законную силу постановления о назначении административного наказания до истечения одного года со дня окончания исполнения данного постановления

. 1) Постановлением ФАС России о назначении административного наказания по делу об административном правонарушении № 08/04/14.3-6/2023 ООО «Яндекс» привлечено к административной ответственности в виде штрафа в размере 200 000 руб в соответствии со статьей 14.3 КоАП РФ (фактическая дата исполнения 05.03.2023).

2) Постановлением Мордовского УФАС России о назначении административного наказания по делу об административном правонарушении № 013/04/14.3-168/2023 ООО «Яндекс» привлечено к административной ответственности в виде штрафа в размере 200 000 руб в соответствии со статьей 14.3 КоАП РФ (фактическая дата исполнения 29.05.2023).

3) Постановлением Алтайского УФАС России о назначении административного наказания по делу об административном правонарушении № 022/04/14.3-599/2023 ООО «Яндекс» привлечено к административной ответственности в виде штрафа в размере 200 000 руб в соответствии со статьей 14.3 КоАП РФ (фактическая дата исполнения 26.06.2023).

Таким образом, установлены обстоятельства, отягчающие административную ответственность ООО «Яндекс».

Обстоятельств свидетельствующих о возможности применения в настоящем случае положений статьи 2.9, не установлено. Согласно ч. 1 ст. 3.1 КоАП РФ, целью назначения административного наказания является предупреждение совершения новых правонарушений как самим правонарушителем, так и другими лицами.

На основании изложенного, должностным лицом Московского УФАС России принято решение о применении к ООО «Яндекс» более строгой санкции, чем минимальный штраф, предусмотренный ч. 5 ст. 14.3 КоАП РФ, так как назначение ООО «Яндекс» штрафа в меньшем размере не позволит достичь целей, установленных КоАП РФ.

Таким образом штраф, подлежащий взысканию, составляет 300 000,00 рублей.

Руководствуясь ст.-ст. 33, 38 Закона о рекламе, ст.-ст. 4.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать юридическое лицо — ООО «Яндекс» (ИНН 7736207543), виновным в совершении правонарушения, ответственность за совершение которого предусмотрена частью 5 статьи 14.3 КоАП РФ.

2. Назначить ООО «Яндекс» (ИНН 7736207543), наказание в виде административного штрафа в размере 300 000,00 руб. (триста тысяч рублей 00 копеек). ДЛЯ КОРРЕКТНОЙ ОПЛАТЫ ШТРАФА НЕОБХОДИМО ОБЯЗАТЕЛЬНО УКАЗЫВАТЬ ПРИ ОПЛАТЕ УИН: ....., НАЗНАЧЕНИЕ ПЛАТЕЖА В ПРОТИВНОМ СЛУЧАЕ ОПЛАТА ШТРАФА НЕ БУДЕТ ЗАЧИСЛЕНА.

В соответствии с ч. 5 ст. 3.5 КоАП РФ сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме.

Согласно ч. 1 ст. 32.2 КоАП РФ административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее 60 дней со дня вступления постановления о наложении штрафа в законную силу либо со дня истечения срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 КоАП РФ.

Согласно части 1.3-3 статьи 32.2 КоАП РФ при уплате административного штрафа за административное правонарушение, выявленное в ходе осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля, лицом, привлеченным к административной ответственности за совершение данного административного правонарушения, либо иным физическим или юридическим лицом не позднее двадцати дней со дня вынесения постановления о наложении административного штрафа административный штраф может быть уплачен в размере половины суммы наложенного административного штрафа.

Таким образом административный штраф может быть оплачен в размере половины суммы от назначенного штрафа не позднее 20 дней со дня вынесения постановления. В силу указанных положений КоАП РФ лицо, привлеченное к административной ответственности, обязано исполнить обязательство по уплате штрафа за совершенное правонарушение самостоятельно. Законодательством Российской Федерации не установлена возможность уплаты неналоговых платежей иным лицом за лицо, в обязанность которого входит уплата данных платежей.

Реквизиты для уплаты административного штрафа размещены на официальном сайте Московского УФАС России (<https://moscow.fas.gov.ru/page/6074>).

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП РФ, неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двухкратном размере суммы неуплаченного административного штрафа.

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ, постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражном суде в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

В соответствии с пунктом 1 статьи 31.1 КоАП РФ, постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано