

ООО «Яндекс»

119021, г. Москва,  
ул. Льва Толстого, д.16

<...>

ООО «Аромацентр»

115372, г. Москва,  
Липецкая ул., д. 36/20, кв. 427

<...>

Макаровой С.В.

<...>

## **РЕШЕНИЕ**

по делу № 077/05/25-9516/2023

«19» октября 2023 года  
Москва

г.

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: <...>,

членов Комиссии: <...>, <...>,

рассмотрев дело № 077/05/25-9516/2023, возбужденное в отношении ООО «АРОМАЦЕНТР» (ИНН 7703727096), Макаровой С.В. (<...>), ООО «Яндекс» (ИНН 7736207543) по факту распространения в системе «Яндекс.Директ» в период с 30.11.2022 по 23.05.2023 (дата фиксации нарушения: 08.05.2023) рекламы «DAST - уникальная иммуномодулирующая добавка к пище! – Весь товар сертифицирован Напрямую от производителей. Передовые технологии. Природное сырье. Заказывайте», с признаками нарушения части 1.1 статьи 25 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе),

в присутствии представителя ООО «АРОМАЦЕНТР», Макаровой С.В.,

в отсутствие представителей ООО «Яндекс» (направлено ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие — вх. № 65640-ЭП/23 от 11.10.2023),

**УСТАНОВИЛА:**

Дело № 077/05/25-9516/2023 возбуждено в отношении ООО «Яндекс», ООО «АРОМАЦЕНТР», Макаровой С.В. на основании заявления физического лица

относительно распространения в системе «Яндекс.Директ» в период с 30.11.2022 по 23.05.2023 (дата фиксации нарушения: 08.05.2023) рекламы «DAST - уникальная иммуномодулирующая добавка к пище! – Весь товар сертифицирован Напрямую от производителей. Передовые технологии. Природное сырье. Заказывайте».

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.

Установлено, что при нажатии на спорную рекламу осуществлялся переход на сайт в сети Интернет по адресу [https://justcenter.ru/dastunikalnyy\\_immunomoduliruyushchiy\\_kompleks\\_dlya\\_vspomogatelnoy\\_terapii\\_iz\\_s\\_kolkovo\\_1.html](https://justcenter.ru/dastunikalnyy_immunomoduliruyushchiy_kompleks_dlya_vspomogatelnoy_terapii_iz_s_kolkovo_1.html), на котором можно приобрести биологически активную добавку к пище «DAST».

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 АМ.01.07.01.003.R.000348.07.21 биологически активная добавка к пище «DAST® Иммуно» (Ди-эй-эс-ти Иммуно) является биологически активной добавкой к пище (источник глицирризиновой кислоты, дополнительный источник железа).

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.

В материалы дела ООО «АРОМАЦЕНТР», Макаровой С.В. представлены скриншоты личного кабинета «Яндекс.Директ», на которых видно, что при настройке рекламной кампании в макет спорной рекламы было добавлено предупреждение «не является лекарством». По мнению ООО «АРОМАЦЕНТР», Макаровой С.В., в их действиях отсутствует нарушение законодательства о рекламе.

ООО «Яндекс» сообщило, что предупреждение было проставлено ООО «Яндекс» 15.06.2023, то есть до указанной даты (в период с 30.11.2022 по 23.05.2023) размещение рекламы без дисклеймера осуществлялось по технической ошибке ООО «Яндекс». Скриншоты, представленные ООО «АРОМАЦЕНТР», Макаровой С.В., сделаны 08.08.2023, поэтому на них отображены сведения о наличии дисклеймера.

По мнению Комиссии, ООО «АРОМАЦЕНТР», Макарова С.В., рассчитывая на алгоритмы системы «Яндекс.Директ», не проявили должную осмотрительность при создании рекламного объявления и контроле за его размещением, что не исключает зафиксированный факт распространения рекламы, в которой усматриваются признаки нарушения части 1.1 статьи 25 Закона о рекламе.

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 рекламораспространитель.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 рекламодаделец - 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 на условиях Оферты на оказание услуг «Яндекс.Директ», расположенной в сети Интернет по адресу: [https://yandex.ru/legal/oferta\\_direct/](https://yandex.ru/legal/oferta_direct/), заключенного между ООО «Яндекс» и ООО «АРОМАЦЕНТР».

Установлено, что датой фиксации нарушения является 08.05.2023. В соответствии с представленными ООО «Яндекс» документами и сведениями спорная реклама также распространялась в рамках договора на условиях Оферты, заключенного между ООО «Яндекс» и Макаровой С.В.

На основании представленных в материалы дела документов и сведений следует, что рекламодателем, то есть лицом, определившим объект рекламирования и (или) содержание рекламы, является Макарова С.В., которая также является генеральным директором ООО «АРОМАЦЕНТР».

На основании изложенного, в действиях Макаровой С.В., 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, сведений о продолжении распространения рекламы с нарушением части 1.1 статьи 25 Закона о рекламе в Московском УФАС России отсутствует.

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 распространения Макаровой С.В., 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

РЕШИЛА:

1. Признать Макарову С.В., ООО «Яндекс» нарушившими требования части 1.1 статьи 25 Закона о рекламе при распространении в системе «Яндекс.Директ» в период с 30.11.2022 по 23.05.2023 (дата фиксации нарушения: 08.05.2023) рекламы «DAST - уникальная иммуномодулирующая добавка к пище! – Весь товар сертифицирован Напрямую от производителей. Передовые технологии. Природное сырье. Заказывайте».

2. Производство по делу № 077/05/25-9516/2023 в отношении ООО «АРОМАЦЕНТР» прекратить в связи с неподтверждением факта нарушения положений Закона о рекламе.

3. 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:		
		<...>
		<...>

Исп. <...>