

Новый штраф Яндексу за размещение ненадлежащей рекламы

24 сентября 2019, 09:00

Компания распространяла контекстную рекламу услуг ООО «Центр по сертификации и экспертизе» по оценке соответствия. При этом общество не имеет лицензии на осуществление подобной деятельности

Административный штраф в размере 100 тысяч рублей получило ООО «Яндекс» как рекламодатель ненадлежащей контекстной рекламы работ и услуг по оценке (подтверждению) соответствия ООО «Центр по сертификации и экспертизе». В свою очередь ООО «Центр по сертификации и экспертизе» как рекламоделю ведомство вынесло предупреждение, поскольку Центр включен в Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства.

Рекламное сообщение размещалось на сервисе «Яндекс.Директ» в декабре 2018 года.

Как [ранее установила Комиссия ведомства](#), реклама содержала сообщение о содействии в подборе аккредитованных лиц для оценки (подтверждения) соответствия и представляла собой гиперссылку для перехода на сайт, на котором предлагались услуги по сертификации и декларированию продукции. Однако Центр по сертификации и экспертизе отсутствует в реестре аккредитованных лиц, размещенном на сайте Росаккредитации, а значит, не имеет аккредитации в национальной системе аккредитации. Таким образом, и рекламоделитель, и рекламодатель нарушили запрет, установленный Законом о рекламе[1].

Справка:

Согласно информации, представленной ООО «Яндекс», реклама была размещена в рамках договора, заключенного между ООО «Яндекс» и ООО «Центр по сертификации и экспертизе».

Согласно пункту 6 статьи 7 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама товаров, подлежащих обязательной сертификации или иному обязательному подтверждению соответствия требованиям технических регламентов, в случае отсутствия такой сертификации или подтверждения такого соответствия, а также работ или услуг по оценке (подтверждению) соответствия, в том числе по приему и рассмотрению документов, необходимых для выполнения указанных работ и (или) оказания услуг, осуществляемых лицами, не имеющими аккредитации в национальной системе аккредитации (в случае, если получение такой аккредитации предусмотрено законодательством Российской Федерации), либо аккредитованными лицами, но без указания наименования аккредитованного юридического лица или фамилии, имени и (если имеется) отчества аккредитованного индивидуального предпринимателя и уникального номера записи об аккредитации в реестре аккредитованных лиц.

В соответствии с частями 6, 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламоделитель и рекламодатель несут ответственность за нарушение требований,

установленных статьей 7 Федерального закона «О рекламе».

[1] пунктом 6 статьи 7