# Незаконный рекламный ход

24 декабря 2014, 12:10

Несмотря на полный запрет рекламы медицинских услуг по искусственному прерыванию беременности, введенный с 1 января этого года действующим законодательством, в поисковой системе Google на территории Российской Федерации установлен факт распространения такой рекламы. В соответствии с требованием пункта 9 статьи 7 ФЗ «О рекламе» Комиссия ФАС России признала рекламу ненадлежащей.

По факту нарушения Google Inc. (США) и ООО «Гугл» выданы обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения.

В отношении рекламораспространителя - Google Inc. (США) и рекламодателей - ООО «Благодать» и ООО «Клиника мужского и женского здоровья» готовятся материалы для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренного статьей 14.3 КоАП РФ, для определения штрафов.

В ФАС России поступило обращение гражданина с указанием на распространение на территории Российской Федерации в настоящее время в поисковой системе Google посредством сервиса «Google AdWords» рекламы прерывания беременности.

При наборе слова «аборт в день обращения» справа от строки поиска система Google выдает блок с пометкой «реклама», в котором размещено несколько рекламных объявлений прерывания беременности, которые представляют собой гиперссылку для перехода на определенные сайты. Так, на одном из сайтов размещена информация о разных видах абортов, а также информация об искусственном прерывании беременности в клинике «Благодать». На другом - размещена общая информация о гинекологии, а также информация об услугах медицинского центра «Профклиник», перечисляются услуги, в том числе:  прерывание беременности, аборты, медикаментозное прерывание беременности, вакуумный аборт, хирургический аборт. На третьем – информация носит информационно-рекомендательный характер об услугах медицинского центра «МедЦентрСервис», включая информацию о проведении различных видов абортов.
*«Никому не позволено нарушать установленные законодательством запреты на ту или иную рекламу. И такие крупные компании как Гугл должны принимать все возможные меры для недопущения распространения запрещенной рекламы», - отметила заместитель начальника управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции ФАС России Ирина Василенкова.*

*Согласно объяснениям ООО «Гугл» владельцем и администратором доменов www.google.ru и www.google.com, а также сайтов, адресуемых под данными доменным именами, является компания Google Inc. (США). Права на информационную систему AdWords (сервис AdWords), обеспечивающую возможность размещения рекламы в поисковой системе Google , также принадлежит компании Google Inc. Данная система управляется Google Inc.*
*ООО «Гугл» и Google Ireland Ltd. являются перепродавцами рекламного пространства, принадлежащего компании Google Inc., и осуществляют вспомогательные функции применительно к работе сервиса AdWords: в некоторых регионах мира, включая Россию, ООО «Гугл» и Google Ireland Ltd. заключают договоры с клиентами сервиса AdWords, осуществляют клиентскую поддержку и т.д.*
*Технические настройки AdWords, процедуры фильтрации (модерации) рекламных объявлений, процедуры приостановки и блокировки доступа клиентов к сервису AdWords определяются компанией Google Inc.*
*Рекламное объявление клиента подлежит распространению посредством системы AdWords после того, как оно прошло проверку со стороны модерационных систем (технических «фильтров» и самообучающейся автоматической системы, а в случае выявления при фильтрации сомнительной рекламы — «ручной» проверки).*

В связи с принятием ФЗ от 25 ноября 2013 г. № 317-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации и признании утратившими силу отдельных положений законодательных актов Российской Федерации по вопросам охраны здоровья граждан в Российской Федерации», внесены следующие изменения в ФЗ «О рекламе»

введен полный запрет на рекламу медицинских услуг по искусственному прерыванию беременности (пункт 9 статьи 7 ФЗ «О рекламе»).

Согласно части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламораспространитель несет ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 9 статьи 7 Федерального закона «О рекламе».

Согласно части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 9 статьи 7 Федерального закона «О рекламе».