

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 058/05/24-594/2022

сентября 2022 года

г. Пенза, ул. Урицкого, 127

Резолютивная часть решения объявлена 13 сентября 2022 года.

иссия Пензенского УФАС России по рассмотрению дел по признакам ушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

смотрев дело № 058/05/24-594/2022, возбужденное в отношении индивидуального предпринимателя по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно по факту распространения рекламы ицинских услуг, содержащей признаки нарушения пункта 2 части 3 статьи 5, ги 7 статьи 5, части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О ламе» (далее - ФЗ «О рекламе»),

УСТАНОВИЛА:

нзенское УФАС России поступило заявление ГБУЗ «Областной онкологический пансер» по поводу распространения на рекламной конструкции, зновленной по адресу: г. Пенза, пр. Строителей, 37-А (рядом с ГБУЗ ластной онкологический диспансер»), рекламы компании «Фитодар 58» с ушением законодательства о рекламе.

зенским УФАС России определением от 16.08.2022 по факту распространения ламы компании «Фитодар 58», размещенной на рекламной конструкции, зновленной по адресу: г. Пенза, пр. Строителей, 37-А (рядом с ГБУЗ ластной онкологический диспансер»), возбуждено дело № 058/05/24-594/2022 признакам нарушения пункта 2 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, части 7 ги 24 ФЗ «О рекламе». К участию в деле в качестве лица, в действиях которого ержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о ламе, привлечен ИП

заседании Комиссии 13.09.2022 ИП не присутствовал. В адрес Пензенского АС России представил ходатайство о рассмотрении дела № 058/05/24-1/2022 без его участия. Кроме того, факт нарушения законодательства о ламе признал.

ив представленные документы, Комиссия пришла к следующему выводу.

зде рассмотрения заявления установлено, что на рекламной конструкции мещена информация следующего содержания: «ФИТОДАР 58. Если «химия» не лет, пусть природа нам поможет! 48-03-03. Травы Пиявки. Прием специалистов» зображением: девушки в белом халате, корзины с травами, банки с пиявками.

ушка рукой отодвигает лекарственные препараты).

ответствии со статьёй 3 ФЗ «О рекламе», рекламой является информация, пространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. При этом под объектом рекламирования понимается товар, средство индивидуализации, производитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности или мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

ми словами, информация, признаваемая рекламой, должна удовлетворять следующим условиям, а именно:

1) предназначаться для неопределенного круга лиц;

2) привлекать, формировать и поддерживать интерес к объекту рекламирования;

3) способствовать продвижению объекта рекламирования (товара) на рынке.

неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной зоны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования.

Согласно статье 3 ФЗ «О рекламе» в целях настоящего Федерального закона используются следующие основные понятия: товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация, распространяемая на рекламной конструкции, установленной по адресу: г. Пенза, пр. Строителей, 37-А (рядом с ГБУЗ «Областной онкологический пансион»), отвечает всем признакам рекламы, а именно: адресована неопределённому кругу лиц, направлена на привлечение внимания к услугам пани «Фитодар 58», формируют и поддерживают интерес к данным услугам и способствуют их продвижению на рынке.

В соответствии с пунктом 2 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» недостоверной признаётся реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, стоимости и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

Такая норма указывает ряд сведений о характеристиках товара, достоверность которых не допускается. Вместе с тем перечень этих сведений является открытым, предоставляя свободу их расширительного толкования.

Требования пункта 2 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» носят общий характер и должны соблюдаться независимо от специфических, особых свойств,

сущих рекламируемому товару.

асно Постановлению Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами ФЗ «О рекламе» информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителей верного, полного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

Проверка достоверности таких характеристик производится исходя из конкретных фактов и обстоятельств, с ними связанных, и принимая во внимание в полном объеме рекламный текст и изображения для определения действительного содержания рекламы.

Рассматриваемое рекламное сообщение содержит указание: «Если «химия» не может, пусть природа нам поможет».

При анализе данной рекламы необходимо принять во внимание обстоятельства размещения данной рекламы. Рассматриваемая реклама размещена возле здания «Областной онкологический диспансер». Соответственно данная реклама размещена в месте, доступном для обозрения людям с онкологическими заболеваниями, проходящими лечение лекарственными препаратами (химиотерапией).

В данном случае следует анализировать совокупность всех элементов рекламы и ее фактического воздействия на потребителя рекламы: изображение девушки, держащей в руке лекарственные препараты. При этом на первом плане изображены травы и банка с пиявками.

Рассматриваемая реклама ассоциируется с определенным товаром и его характеристиками. Размещение данной рекламы преследует цель привлечения внимания потребителей к конкретному объекту рекламирования – средствам природного происхождения (травам и пиявкам), с указанием в содержании сообщения: «...Если «химия» не может, пусть природа нам поможет...», являющихся характеристикой товара.

Вместо утверждения, о том, что вместо «химии» (лекарственных препаратов) необходимо применять средства природного происхождения (травы и пиявки).

Следовательно, рекламное сообщение содержит недостоверную информацию относительно утверждения «Если «химия» не может, пусть природа нам поможет».

В соответствии с приказом Минздрава России от 13.10.2017 №804н «Об утверждении номенклатуры медицинских услуг» постановка пиявок является медицинской услугой, код данной услуги – А14.05.001.

В соответствии с частью 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе» реклама лекарственных препаратов, **медицинских услуг**, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий должна

завождаются предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд и должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее пяти процентов рекламной площади (рекламного пространства). Требования настоящей части не распространяются на рекламу, распространяемую в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, а также в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях, и на иную рекламу, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники.

Поскольку потребителями рассматриваемой рекламы не являются исключительно медицинские и фармацевтические работники, на данную рекламу распространяются требования части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе».

В вышеуказанной рекламе предупреждение о наличии противопоказаний и необходимости получения консультации специалистов отсутствует, следовательно, в рассматриваемой рекламе содержатся признаки нарушения требований части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с положениями части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если в этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Поскольку распространение рекламы медицинских услуг направлено на информирование у потребителя желания воспользоваться ими, то существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные такой рекламой. Отсутствие информации с предупреждением о наличии противопоказаний при оказании медицинских услуг и необходимости предварительной консультации может привести к неблагоприятным последствиям.

Таким образом, рассматриваемая реклама содержит признаки нарушения пункта 2 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе».

Согласно пункту 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частями 2-8 статьи 5, частью 7 статьи 24 законодательства Российской Федерации о рекламе несет рекламодатель.

рекламодателем рассматриваемой рекламы является индивидуальный предприниматель

Учитывая вышеизложенное, и, основываясь на фактических обстоятельствах дела, комиссия пришла к выводу, что ИП нарушил требования пункта 2 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе».

Согласно статье 1 Закона о рекламе, целями данного закона являются развитие торговли товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

В соответствии с пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения предписывает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное нарушение предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Статьей 33 Закона о рекламе предусмотрены полномочия антимонопольного органа на осуществление государственного надзора в сфере рекламы, в частности, выдавать рекламодателям, рекламораспространителям, изготовителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В ходе рассмотрения дела установлено, что реклама компании «Фитодар 58», размещенная на рекламной конструкции, установленной по адресу: г. Пенза, пр. Строителей, 37-А (рядом с ГБУЗ «Областной онкологический диспансер»), закреплена.

В связи с чем, Комиссия Пензенского УФАС России приходит к выводу о предписании ИП не выдавать.

Согласно части 4 статьи 38 ФЗ «О рекламе» нарушение рекламодателями, изготовителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Учитывая часть 2 пункта 1 статьи 33, часть 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42-47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе от 24.11.2020 № 1922, комиссия

РЕШИЛА:

признать ненадлежащей рекламу: «ФИТОДАР 58. Если «химия» не может, пусть сода нам поможет! 48-03-03. Травы Пиявки. Прием специалистов» (с изображением: девушки в белом халате, корзины с травами, банки с пиявками. девушка рукой отодвигает лекарственные препараты), распространяемую ИП на ламной конструкции, установленной по адресу: г. Пенза, пр. Строителей, 37-А дом с ГБУЗ «Областной онкологический диспансер»), поскольку в ней нарушены требования пункта 2 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, части 7 статьи 53 «О рекламе».

Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдано.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Пензенского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1, частью 5 статьи 14.3 Кодекса административного правонарушения Российской Федерации об административных правонарушениях.