

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 аспектах 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 № 3 «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 рынков 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.

Основываясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 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 Российской Федерации об административных правонарушениях.