

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

о возбуждении дела № 012/05/5-196/2021

по признакам нарушения законодательства о рекламе

«05» марта 2021 года
Ола

г. Йошкар-

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, заместитель руководителя-начальник отдела <...>, рассмотрев материалы по факту распространения в почтовые ящики многоквартирных жилых домов рекламы препаратов в листовке «Секреты здоровья» с информацией о проведении выставок-продаж 10-16 февраля 2021 года на территории Республики Марий Эл, которая содержит признаки нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛА:

Специалистами Марийского УФАС России был проведен мониторинг рекламы, размещаемой в почтовых ящиках многоквартирных жилых домов Республики Марий Эл, в ходе которого установлен факт распространения на территории г. Йошкар-Олы Республики Марий Эл в почтовые ящики многоквартирных жилых домов рекламы препаратов в листовке «Секреты здоровья» с информацией о проведении выставок-продаж 10-16 февраля 2021 года на территории Республики Марий Эл.

Антимонопольный орган в соответствии с предоставленными Законом о рекламе полномочиями осуществляет государственный надзор за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе и проводит проверки рекламы на соответствие требованиям Российской Федерации.

В соответствии с частью 2 статьи 36 Закона о рекламе антимонопольный орган по собственной инициативе, представлению прокурора, обращениям органов государственной власти или органов местного самоуправления, а также по заявлениям физических или юридических лиц возбуждает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе реклама - 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.

В пункте 2 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» установлено, что при анализе информации на предмет наличия в ней признаков рекламы необходимо учитывать, что размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в названных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, объект рекламирования - 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 признается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Из содержания текста рекламной информации следует, что объектом рекламирования являются товары (различные средства и препараты), в том числе следующие препараты: «Сакура мэн», «Аденовит», «Пептодроп», «Неозор», «Диабеткор», «Лактукреп», «Бракшун», «Фемилонг», «Инвазикор», «Гермунал», «Леникор», «Мозготензин», Атролакс», «Остеоброн» в рекламной листовке «Секреты здоровья» и иные.

Если рекламная информация представляет интерес и доступна также и иным лицам, не только входящим в ее целевую аудиторию, то направленность такой рекламы выходит за пределы целевой аудитории и относится к неопределенному кругу лиц.

Согласно Письму ФАС России от 05.04.2007 № АЦ/4624 «О понятии «неопределенный круг лиц» под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Согласно Письму ФАС России от 20.06.2018 № АД/45557/18 «Об оценке неопределенного круга лиц в рекламе» квалификация информации как рекламы либо иного рода информации зависит от совокупности направленности и содержания сути сведений, приведенных в такой информации.

Проанализировав содержание спорной информации, способы её размещения и распространения, Марийское УФАС России пришло к выводу, что указанная информация по своему содержанию и целевой направленности является рекламой, так как адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования, формирование или

поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке.

Согласно пункту 1 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» 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, является рекламой и должна в связи с этим отвечать требованиям, предъявляемым Законом о рекламе.

В соответствии с пунктом 4 части 5 статьи 5 Закона о рекламе в рекламе не допускается использование образов медицинских и фармацевтических работников, за исключением такого использования в рекламе медицинских услуг, средств личной гигиены, в рекламе, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники, в рекламе, распространяемой в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, в рекламе, размещенной в печатных изданиях, предназначенных для медицинских и фармацевтических работников.

В силу пункта 6 части 5 статьи 5 Закона в рекламе не допускается указание на лечебные свойства, то есть положительное влияние на течение болезни, объекта рекламирования, за исключением такого указания в рекламе лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, изделий медицинского назначения и медицинской техники.

Указанные в рекламе препараты не являются лекарственными средствами.

Текст рекламной информации изложен таким образом, что у потребителя создается впечатление об излечении от многих заболеваний. При этом, указание на виды (группы) заболеваний, от которых можно избавиться при применении указанных препаратов усиливает эффект того, что данные средства обладают лечебными свойствами. Усиливает данный эффект и приведение информации о длительности применения данных препаратов курсом, указание на мнение и отзывы врачей и пациентов.

Поскольку рассматриваемые средства (препараты) не являются лекарственными средствами, в рекламе неправомерно указано на лечебные свойства данных препаратов, в том числе профилактические, поскольку данные средства не могут использоваться для лечения каких-либо заболеваний. Кроме того, в рекламе неправомерно приведены отзывы и высказывания врачей, используются образы медицинских работников.

В соответствии с частями 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе рекламодаделец и рекламодатель несут ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 6 части 5 статьи 5 Закона о рекламе. Также рекламодаделец несет ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 4 части 5 статьи 5 Закона о рекламе.

Пунктами 5, 6, 7 статьи 3 Закона о рекламе предусмотрены понятия

рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя. Рекламодатель – это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо. Рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Марийским УФАС России установлено, что рассматриваемые выставки-продажи на территории г. Йошкар-Олы Республики Марий Эл проводились ИП Н. на основании заключенного договора аренды № 13 от 10.02.2021 с МАУК «Дворец культуры Российской Армии».

На основании изложенного, рассматриваемая реклама содержит признаки нарушения пунктов 4, 6 части 5 статьи 5 Закона о рекламе.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с Правилами рассмотрения антимонопольными органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922 «Об утверждении Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе»,

ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Возбудить производство по делу № 012/05/5-196/2021 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Назначить дело № 012/05/5-196/2021 к рассмотрению на **02 апреля 2021 года в 11 часов 00 минут (по Московскому времени)** в помещении Марийского УФАС России, по адресу: г. Йошкар-Ола, ул. Волкова, д. 164.

3. Признать лицом, в действиях которого содержатся признаки нарушения индивидуального предпринимателя **Н.** (<...>)

4. ИП Н. в срок **до 25 марта 2021 года** представить в Марийское УФАС России следующие документы и сведения (с сопроводительным письмом, где указываются в качестве приложений все запрошенные документы):

- указать, признает ли ИП Н. наличие признаков нарушения Закона о рекламе в соответствии с обстоятельствами, изложенными в настоящем определении? Представить мотивированную позицию;
- являются ли рекламируемые препараты «Сакура мэн», «Аденовит», «Пептодроп», «Неозор», «Диабеткор», «Лактукреп», «Бракшун», «Фемилонг», «Инвазикор», «Гермунал», «Леникор», «Мозготензин», Атролакс», «Остеоброн» в рекламной листовке «Секреты здоровья» лекарственными средствами либо биологически активными добавками?

- основания приведения в рекламе данных препаратов информации о лечебных свойствах препаратов, излечении от хронических заболеваний, применении препаратов курсами;
- основания приведения в рекламе отзывов и практики применения врачами (медицинскими работниками);
- письменную мотивированную позицию, кто является рекламодателем, рекламораспространителем, рекламопроизводителем рассматриваемой рекламы;
- кем осуществлялось распространение листовок (газет) «Секреты здоровья» в г. Йошкар-Оле с информацией о проведении выставок-продаж 10-16 февраля 2021 года на территории Республики Марий Эл (представить копии заключенных договоров со сведениями об их исполнении).

Непредставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных законодательством о рекламе, а равно представление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо представление недостоверных сведений (информации) согласно части 6 статьи 19.8 КоАП РФ влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двух тысяч до десяти тысяч рублей; на юридических лиц - от двадцати тысяч до двухсот тысяч рублей.

Обращаем внимание, что пропуск в здание Марийского УФАС России ограничен: при входе необходимо иметь при себе справку, подтверждающую право передвигаться в период самоизоляции, средства индивидуальной защиты (медицинская маска, одноразовые перчатки).

В связи с чем возможность участия в рассмотрении дела № 012/05/5-196/2021 будет организована посредством удаленного доступа через программу «TrueConf Server». Вход в конференцию по ссылке: **<https://fas1.tconf.rt.ru/c/9497787144>**.

Подключение к конференции возможно в том числе со смартфона или планшета под управлением операционной системы Android или iOS.

Инструкция для участников видеоконференцсвязи прилагается к настоящему уведомлению.

Информацию о невозможности участия посредством удаленного доступа необходимо сообщить до 01 апреля 2021 года до 17:00.

Приложение: инструкция для участников видеоконференцсвязи – 9 л., расписка о согласии.

Заместитель руководителя –

начальник отдела

Расписка о выборе способа получения процессуальных документов

по делу № 012/05/5-196/2021

по признакам нарушения законодательства о рекламе

Исх. № _____

г. _____

Я, _____

(Ф.И.О.)

на основании абз. 2 пункта 3.93 Приказа ФАС России от 25.05.2012 № 339 «Об утверждении административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по возбуждению и рассмотрению дел о нарушении антимонопольного законодательства Российской Федерации», прошу направлять все процессуальные документы по делу по признакам нарушения законодательства о рекламе № 012/05/5-196/2021 на адрес электронной почты _____ и подтверждаю, что такой способ получения процессуальных документов является надлежащим уведомлением.

«__» _____ 2021 г.

_____ / _____

(дата)

(подпись,

Ф.И.О.)