

РЕШЕНИЕ

по делу № 28-Р-2018

16 ноября 2018 г.
Чебоксары

г.

Резолютивная часть решения 06 ноября 2018 года.

Решение в полном объеме изготовлено 16 ноября 2018 года.

Комиссия Чувашского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения Федерального закона от 13.06.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Комиссия) в составе: председатель

Комиссии: «...»

члены

Комиссии: «...»

«...»

рассмотрев дело № 28-Р-2018, возбужденное в отношении ООО "ЭРКАФАРМ ПОВОЛЖЬЕ" (ИНН 6453153535, г.Нижний Новгород, ул. Адмирала Макарова, д.3, пом.П 2) по признакам нарушения требований, установленных [п. 1 ч. 3 ст. 5](#) Закона о рекламе, в связи с распространением рекламы, содержащей не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые реализуются другими продавцами, в

отсутствии:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения Закона о рекламе - представителем ООО «ЭРКАФАРМ ПОВОЛЖЬЕ», извещенного о дате и времени рассмотрения дела надлежащим образом, заявителя, извещенного о дате и времени рассмотрения дела надлежащим образом,

УСТАНОВИЛА:

29.08.2018 (вх. № 04-21/5284) в Чувашское УФАС России поступило заявление гражданина «...» (далее - Заявитель) о недостоверной рекламной информации ООО "ЭРКАФАРМ ПОВОЛЖЬЕ" (ИНН 6453153535, г.Нижний Новгород, ул. Адмирала Макарова, д.3, пом.П 2), размещенной в месте нахождения аптеки, имеющей название "Озерки", расположенной по адресу: г.Новочебоксарск, ул. Строителей, д.18 а, в том числе, следующего содержания: «Теперь в Новочебоксарске "Озерки" Аптечная СЕТЬ № 1». Согласно заявлению,

реклама, в связи с указанием слогана "СЕТЬ № 1", вступает в противоречие требованиям Закона о рекламе и вводит потребителей в заблуждение, поскольку не имеет подтверждения и фактического обоснования. Факт размещения рекламной информации подтвержден фотоматериалом.

Из представленного ответа ООО "ЭРКАФАРМ ПОВОЛЖЬЕ" (вх. от 29.10.2018 № 04-10/6616) следует, что общество действительно осуществляет фармацевтическую деятельность по адресу г.Новочебоксарск, ул. Строителей, д.18

а.

При этом, в витраже аптеки, в соответствии с требованиями Закона о рекламе, с августа 2018 года выставлен щит, с содержанием информации: « «Озерки» Аптечная СЕТЬ № 1 * В Санкт - Петербурге по данным аналитической компании PNC Pharma»

В связи с чем, фраза «Озерки» Аптечная СЕТЬ № 1» имеет смысловое продолжение: «* В Санкт - Петербурге по данным аналитической компании PNC Pharma»

Рассмотрение первой части информации, при исключении ее второй части, искажает смысл содержащейся информации.

В рассматриваемой рекламе отсутствует некорректное сравнение с иными субъектами фармацевтической деятельности, имеется лишь информирование, констатация того, что, по мнению аналитической компании, аптечная сеть «Озерки» занимает лидирующее место, без уточнения критериев, с отсылкой к авторитетному источнику.

Информация, размещенная на рекламном баннере, является достоверной, поскольку основана на результатах официальных исследований, проведенных ООО Аналитическая компания "АРЭНСИ Фарма". Указанная компания свидетельствует о том, что по результатам проведенного по итогам 2017 года исследований аптечная сеть ГК «Экафарм» (Озерки) является лидером коммерческого розничного рынка лекарственных препаратов Северо – Западного федерального округа, с занимаемой долей рынка 17,0%.

Кроме того, указанные сведения содержатся в открытых источниках средств массовой информации. Так, на сайте СМИ «Фармацевтический вестник» (<https://pharmvestnik.ru/pubs/lenta/v-rossii/u-kazhdogo-svoj-put-prnt-18-ml-917.html#.WsN6XH9n29I>) сити интернет в аналитической статье "Рейтинг аптечных сетей РФ по итогам 2017 года" отражено лидерство аптечной сети ГК "ЭРКАФАРМ" в Северо - Западном федеральном округе.

В связи с изложенным, использование в тексте рекламы слогана «Сеть № 1» имеет объективное подтверждение. Распространение данной информации не противоречит законодательству.

Кроме того, рассматриваемый баннер в настоящее время демонтирован. Иные места размещения отсутствуют.

В обоснование правомерности своей позиции ООО "ЭРКАФАРМ ПОВОЛЖЬЕ" представило в Комиссию информационное письмо ООО Аналитическая компания "АРЭНСИ Фарма".

Оценив и проанализировав представленные в материалы дела документы и заявленные доводы, Комиссия установила следующее.

С точки зрения статьи 3 Закона о рекламе, под рекламой понимается 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.

Рассматриваемая информация является рекламой, поскольку обладает всеми квалифицирующими признаками рекламы.

В силу части 1 статьи 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно разъяснениям, изложенным в п.9 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», определено, что при анализе информации, содержащейся в рекламе, судам необходимо иметь в виду, что рекламодатель несет ответственность за достоверность не только тех сведений, которые относятся к его собственной деятельности (товару), являющейся объектом рекламирования, но и тех сведений, которые относятся к деятельности (товару) его конкурентов, объектом рекламирования не являющейся.

Суды должны учитывать, что при сравнении в рекламе собственных товаров с товарами конкурентов не допускаются сравнение, основанное на несопоставимых критериях, или неполное сравнение товаров, поскольку это искажает представление о рекламируемом товаре и не позволяет объективно оценить его свойства.

Поэтому реклама может быть признана недостоверной и в том случае, когда сведения, не соответствующие фактическим обстоятельствам, касаются деятельности (товара) конкурентов.

Обстоятельства дела свидетельствуют, что в витраже аптеки «Озерки», расположенной по адресу г.Новочебоксарск, ул. Строителей, д.18 а, размещена наружная реклама, в том числе, с содержанием следующего: «Теперь в Новочебоксарске "Озерки" Аптечная СЕТЬ № 1».

Кроме того, установлено, что на представленном фотоматериале Заявителя, в нижней части наружной рекламы усматривается информация, выполненная мелким, затрудняющим ее восприятие, шрифтом и таким образом, не читаемая.

В связи с тем, что текст информации, представляющий пояснительную сноску, выполненный вышеуказанным способом, на представленном фотоматериале, не распознается, Чувашским УФАС России осуществлено проведение контрольного мероприятия.

В результате которого выявлен факт (акт фиксации размещения информации от 24.09.2018 б/н, содержащейся в материалах дела) распространения наружной рекламы, размещенной по адресу: г.Новочебоксарск, ул. Строителей, д.18 а, в том числе, следующего содержания: «Теперь в Новочебоксарске "Озерки" Аптечная СЕТЬ № 1 * В Санкт - Петербурге по данным аналитической компании PNC Pharma».

Исследовав имеющиеся в деле доказательства в совокупности и взаимосвязи, Комиссия пришла к выводу, что в рассматриваемом случае объективное подтверждение того, что аптека «Озерки» действительно является аптекой № 1 в Санкт - Петербурге по данным аналитической компании «PNC Pharma», отсутствует, в силу следующего.

Для обыденного сознания потребителей рекламы, в зависимости от их личного социального и индивидуального опыта, характерно множественное понимание смысла того или иного текста рекламы.

В силу чего рекламный слоган аптеки "Озерки" Аптечная СЕТЬ № 1" также может восприниматься потребителями рекламы по - разному, но доминирующим смыслом данного слогана, для обыденного сознания потребителей рекламы, логично является его буквальное толкование - № 1- это преимущество перед остальными.

Согласно правовой позиции, изложенной в [пункте 29](#) Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами закона о рекламе", информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителей верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов "лучший", "первый", "номер один", должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами ([пункт 1 части 3 статьи 5](#) Закона о рекламе).

При этом, Комиссия, изучив и проанализировав представленные в

материалы дела данные официальных исследований ООО "АРЭНСИ Фарма", представляющие рейтинг аптечных сетей Северо - Западного федерального округа, установила показатели TOP по среднему товарообороту на одну аптеку в месяц 2017 г. среди следующих 10 регионов: Санкт - Петербург, Москва, Приморский край, Мурманская Обл., ХМАО - Югра, Новгородская обл., Ростовская обл., Чукотский АО, Ямало - Ненецкий АО, Челябинская обл.

Согласно представленной информации установлены показатели АС № 1 по среднему ТО на 1 аптеку в мес. и АС № 1 по ТО в регионе в отношении КГ «ЭРКАФАРМ» (Санкт - Петербург).

В результате заданных критериев поиска юридических лиц, находящихся в открытом доступе сети интернет, установлена информация о ГК "Эркафарм", которой принадлежат, в том числе, аптечные сети, работающие под брендом "Озерки".

Помимо аптечных сетей "Озерки", КГ «ЭРКАФАРМ» включает в себя иные аптечные сети, в том числе, работающих под брендами «Доктор Столетов», «Хорошая аптека», «Народная аптека» и «Аптека №1».

Аптечная сеть «Озерки» является одной из аптечных сетей в Северно-Западном федеральном округе.

При этом, рассматриваемая сеть аптек "Озерки" входит в группу компаний «ЭРКАФАРМ», показатели которой исследованы ООО аналитической компании "АРЭНСИ Фарма".

Утверждение, содержащиеся в спорной рекламе о том, что именно "Озерки" является Аптечной сетью № 1 не основано на проведении исследования и объективных данных, в том числе, в данном случае обществом с ограниченной ответственностью аналитической компании "АРЭНСИ Фарма".

В данном случае, общее восприятие рекламы вводит потребителей рекламы в заблуждение, поскольку в спорной рекламе приводятся не обладающие достоверностью сведения о превосходстве (преимущество) объекта рекламирования – "Озерки" Аптечная СЕТЬ № 1" над такими же товарами иных хозяйствующих субъектов (аптек).

Рекламное утверждение "Озерки" Аптечная СЕТЬ № 1" позволило сделать вывод о том, что именно данная аптечная сеть "Озерки" сравнивается со всеми участниками рынка аналогичных аптек и является сетью № 1.

Комиссия, проанализировав представленные в материалы дела документы, в том числе, данные официальных исследований ООО "АРЭНСИ Фарма", признала рассматриваемую рекламу ненадлежащей, поскольку в рекламе присутствует информация

сравнительной характеристики посредством утверждения превосходной степени - №1, без указания и содержания материальных доказательств по которым осуществлено сравнение превосходной степени.

Таким образом, рассматриваемая реклама содержит сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые реализуются другими продавцами, без указания на конкретный критерий, по которому идет сравнение.

ООО "ЭРКАФАРМ ПОВОЛЖЬЕ" не представило объективных подтверждений критериев, по которому осуществляется сравнение аптек "Озерки" в подтверждение заявленного рекламой текста: "Озерки" Аптечная СЕТЬ № 1".

Таким образом, рассматриваемая реклама является недостоверной.

Пунктом 3 части 1 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Ответственность за нарушение требований, установленных п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе несет рекламодатель (ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе).

В смысле ст. 3 Закона о рекламе, рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Установлено, что рекламодателем спорной рекламы является ООО «ЭРКАФАРМ ПОВОЛЖЬЕ» .

На этом основании, ответственность за выявленное нарушение требований, установленных ч. 1 п. 3 ст. 5 Закона о рекламе несет ООО "ЭРКАФАРМ ПОВОЛЖЬЕ" .

При этом, согласно представленным пояснениям ООО "ЭРКАФАРМ ПОВОЛЖЬЕ" установлено, что размещение рассматриваемой рекламы на момент рассмотрения дела прекращено.

Таким образом, Комиссия приняла решение не выдать ООО "ЭРКАФАРМ ПОВОЛЖЬЕ" предписание о прекращении нарушения Закона о рекламе.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37 - 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения Закона

о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу, содержащую текст: "Озерки" Аптечная СЕТЬ № 1* В Санкт - Петербурге по данным аналитической компании PNC Pharma", размещаемую в период с августа 2018 года по 29.10.2018, ненадлежащей,

поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

2. Признать ООО "ЭРКАФАРМ ПОВОЛЖЬЕ" нарушившим пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

3. В связи с отсутствием распространения ненадлежащей рекламы на момент рассмотрения дела, предписание о прекращении нарушения Закона о рекламе не выдавать.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ООО "ЭРКАФАРМ ПОВОЛЖЬЕ".

Решение может быть обжаловано в судебном порядке.

Председатель Комиссии

«...»

Члены Комиссии

«...»