РЕШЕНИЕ

по делу №012/05/5-853/2021

о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

«16» ноября 2021 года г. Йошкар-Ола

Резолютивная часть решения объявлена: «16» ноября 2021 года

Полный текст решения изготовлен: «16» ноября 2021 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя- начальник отдела контроля закупок и антимонопольного контроля органов власти <…>**, член Комиссии – главный специалист-эксперт отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов** <…>**, член Комиссии – ведущий специалист-эксперт отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов** <…>**,**

рассмотрев дело №012/05/5-853/2021, возбужденное по признакам нарушения пунктов 4, 6 части 5 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» в отношении ИП Ш., ИП М., по факту распространения рекламы препаратов в рекламной листовке «Секреты здоровья» с информацией о проведении выставок –продаж на территории Республики Марий Эл 04-11 августа 2021 года в почтовые ящики многоквартирных жилых домов,

УСТАНОВИЛ:

Марийским УФАС России в отношении ИП Ш. возбуждено дело №012/05/5-853/2021 по признакам нарушения пунктов 4, 6 части 5 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» по факту

распространения рекламы препаратов в рекламной листовке «Секреты здоровья» с информацией о проведении выставок –продаж на территории Республики Марий Эл 04-11 августа 2021 года в почтовые ящики многоквартирных жилых домов,

В рамках рассмотрения дела №012/05/5-853/2021 к участию в рассмотрении дела привлечен ИП М. в связи с установлением в его действиях признаков нарушения пунктов 4, 6 части 5 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» при распространении рекламы препаратов в рекламной листовке «Секреты здоровья»

ИП Ш., ИП М. сведения и документы в рамках рассмотрения дела не представили, своих представителей на рассмотрение дела не направили.

Рассмотрев представленные в материалы дела документы и материалы, Комиссия приходит к следующим выводам.

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 рекламной листовке «Секреты здоровья» с информацией о проведении выставок –продаж на территории Республики Марий Эл 04-11 ноября 2020 года.

В соответствии со статьей 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. Объектом рекламирования является товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятия, на привлечение к которым направлена реклама. Товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

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 неком лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена (письмо ФАС России от 05.04.2007 № АЦ/4624).

Независимо от формы или используемого средства распространения реклама должна быть распознаваема без специальных знаний или без применения технических средств непосредственно в момент ее представления именно как реклама.

Таким образом, признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, формировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя.

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.

Из содержания текста рекламной информации следует, что объектом рекламирования являются товары (различные средства и препараты), в том числе следующие препараты: «Katana Man», «Аденовит», «Трилор», «Диабеткор», «Копролакс», «Фемилонг», «Пептодроп», «Неозор», «Инвазикор», «Гермунал», «Леникор», «Мозготензин» в рекламной листовке «Секреты здоровья» и иные.

В соответствии с пунктом 4 части 5 статьи 5 Закона в 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 рекламодатель и рекламораспространитель несут ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 6 части 5 статьи 5 Закона о рекламе. Также рекламодатель 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 Республики Марий Эл проводились ИП Ш. на основании заключенных договоров с учреждениями культуры Республики Марий Эл (договор от 04.08.2021 между ИП Ш. и ГБУ РМЭ «Дворец молодежи Ресбулики Марий Эл»).

Кроме того, Комиссий установлено, что выставки продажи во Дворце культуры им. В.И. Ленина проведены ИП М. (договор возмездного оказания услуг от 12.01.2021, заключенный между ИП М. и МАУК «Дворец

культуры им. В.И. Ленина»).

Следовательно, рассматриваемая реклама распространялась в интересах ИП Ш., ИП М.

Следовательно, ИП Ш., ИП М. являются рекламодателями и рекламораспространителями рассматриваемой рекламы.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства.

На момент рассмотрения дела доказательства устранения нарушения законодательства о рекламе в материалах дела отсутствуют.

Таким образом, Комиссия Марийского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе ИП Ш., ИП М.

Руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42-51 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛ:

1. Признать рекламу препаратов в рекламной листовке ««Секреты здоровья» с информацией о проведении выставок –продаж на территории Республики Марий Эл 04-11 августа 2021 года, распространенную в почтовые ящики многоквартирных жилых домов, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пункта 4, 6 части 5 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 - ФЗ «О рекламе».
2. Выдать индивидуальный предприниматель Ш . (<...>), ИП М. (<...>) обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для рассмотрения вопроса о привлечение лица к административной ответственности.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

Члены Комиссии