РЕШЕНИЕ

по делу № 012/05/5-741/2021

о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

«09» сентября 2021 года г. Йошкар-Ола

Резолютивная часть решения объявлена: «08» сентября 2021 года

Полный текст решения изготовлен: «09» сентября 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 № 012/05/5-741/2021, возбужденное по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) в отношении ООО «НИАРМЕДИК ФАРМА», в отсутствии на заседании Комиссии лица, в отношении которого возбуждено дело,

УСТАНОВИЛА:

Марийским УФАС России в марте 2021 года установлен факт распространения аудио-рекламы препарата Кагоцел в социальной сети Вконтакте следующего содержания: «На пути к вакцинации стоит угроза заболеть ОРВИ или гриппом? Примите кагоцел. Удобный курс профилактики всего два дня в неделю. Кагоцел. Высшая профилактическая мера. Имеются противопоказания. Необходимо проконсультироваться со специалистом».

Марийским УФАС России письмом от 30.07.2021 №03-21/240 направило ходатайство в ФАС России о наделении полномочиями на возбуждение и рассмотрение дела в отношении ООО «НИАРМЕДИК ФАРМА».

ФАС России письмом от 03.08.2021 №АК/64764/21 наделило Марийское УФАС России полномочиями на возбуждение и рассмотрение дела по признакам нарушения законодательства о рекламе по факту распространения рассматриваемой рекламы.

В рамках рассмотрения дела № 012/05/5-741/2021 ООО «НИАРМЕДИК ФАРМА» факт нарушения законодательства о рекламе не признало, указало, что в рекламе критерии, в соответствии с которыми препарат Кагоцел является высшей профилактической мерой не указаны, поскольку реклама не содержит сведений о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами.

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

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 является препарат Кагоцел.

По смыслу статьи 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной.

При этом 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 (пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе).

В рассматриваемой рекламе используется словосочетание «Высшая профилактическая мера».

Пунктом 29 Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» установлено, что информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя 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.

Таким образом, в рекламе не допускается использование информации не соответствующие действительности и аналогичных сведений о преимуществах рекламируемого товара.

В данном случае при оценке текста размещенной рекламы действующему законодательству Марийское УФАС России приходит к выводу о том, что в спорной рекламе приводятся не обладающие достоверностью сведения о превосходстве (преимуществе) объекта рекламирования «Высшая профилактическая мера» - над такими же услугами (товарами) иных хозяйствующих субъектов, что может вызвать неверные представления у потребителей относительно объекта рекламирования и негативно повлиять на выбор товаров того или иного производителя или продавца товара.

Также, общее восприятие рекламы вводит потребителей рекламы в заблуждение, поскольку преимущества рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами не находят подтверждения превосходства товара в тексте рекламы.

Действующее законодательство в регулируемой сфере правоотношений исходит из того, что достоверность распространяемой рекламы с использованием утверждений в превосходной степени «Высшая профилактическая мера» должна соответствовать реальной действительности в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

Кроме того, применительно к использованию в рекламе терминов в превосходной степени, например, утверждений о «Высшая профилактическая мера» и т.п., действует презумпция несоответствия действительности таких терминов в превосходный степени и утверждений, если рекламодатель не подтвердит их истинность, предоставив документальные доказательства. При этом использование в рекламе сравнительной характеристики посредством утверждений в превосходной степени без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, означает возможность проведения такого сравнения по любому критерию.

Таким образом, в рассматриваемой рекламе присутствует информация сравнительной характеристики посредством утверждений в превосходной степени «Высшая профилактическая мера» без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение.

Таким образом, комиссия приходит к выводу о том, что рассматриваемая реклама нарушает требования пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Пунктами 5, 6, 7 статьи 3 Закона о рекламе предусмотрены понятия рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя. Рекламодатель - 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. В соответствии с частями 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований части 1 статьи 28 Закона о рекламе несет рекламодатель и рекламораспространитель.

Согласно сведениям, представленным в антимонопольный орган, реклама распространялась в социальной сети «Вконтакте» на основании последовательно заключенных договоров между ООО «НИАРМЕДИК ФАРМА» и ООО «Эс БиСи Медиа», ООО «Медиа Трейд» и ООО «Эс БиСи Медиа», ООО «Медиа Трейд» и ООО «Мэйл.ру». Рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «НИАРМЕДИК ФАРМА».

ООО «НИАРМЕДИК ФАРМА» в письменных пояснениях от 01.09.2021 №НФ-07-07/98/м указало, что согласование рекламы с и ООО «Эс БиСи Медиа» осуществлялось посредством подписания спецификаций к агентскому договору, а также по электронной почте сотрудников.

На основании изложенного, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «НИАРМЕДИК ФАРМА».

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.

Из представленных документов и материалов следует, что реклама распространялась в период марта 2021 года. В настоящее время реклама более не распространяется.

Таким образом, Комиссия Марийского УФАС России приходит к выводу о том, что необходимость выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе ООО «НИАРМЕДИК ФАРМА» отсутствует.

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

РЕШИЛА:

1. Признать аудио-рекламу препарата Кагоцел, распространенную в социальной сети Вконтакте следующего содержания: «На пути к вакцинации стоит угроза заболеть ОРВИ или гриппом? Примите кагоцел. Удобный курс профилактики всего два дня в неделю. Кагоцел. Высшая профилактическая мера. Имеются противопоказания. Необходимо проконсультироваться со специалистом» ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 - ФЗ «О рекламе».
2. 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