

ООО «Императив Медиа»

Дмитрия Ульянова ул., д. 31,
пом XL VI, комн. 13, эт. 2,
г. Москва, 117447

info@imperativemedia.ru

АО «Босналек»

Саввинская наб., д. 11,
г. Москва, 119435

РЕШЕНИЕ

по делу № 077/05/24-1664/2020

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «06» марта 2020 г.

В полном объеме решение изготовлено «__» апреля 2020 г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе (далее — Комиссия Московского УФАС России) в составе:

председателя Комиссии – <...>,

членов Комиссии – <...>, <...>, <...>,

рассмотрев дело № 077/05/24-1664/2020 по признакам нарушения
(Босния и Герцеговина) (адрес: Саввинская наб., д. 11, г. Москва, 119435) пункта 8
части 1 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о
рекламе),

в присутствии представителей: АО «Босналек» в лице <...>; ООО «Императив Медиа» в лице <...>,

УСТАНОВИЛА:

Дело № 077/05/24-1664/2020 возбуждено Московским УФАС России в отношении АО «Босналек» на основании заявления физического лица и материалов по факту распространения рекламы

лекарственного средства «Лизобакт», размещенной на странице 75 выпуска журнала «Вестник Победы» за ноябрь 2019.

Факт размещения рассматриваемой рекламы в журнале «Вестник Победы» не отрицается лицами, участвующими в деле, подтверждается копиями страниц журналов, на которых размещена спорная реклама, а также сведениями, представленными ООО «Императив Медиа».

На заседании Комиссии 06.03.2020 представителем ООО «Императив Медиа» заявлено ходатайство об отложении рассмотрения дела в связи с необходимостью ознакомиться с материалами дела. Между тем Комиссия Московского УФАС России не находит оснований для удовлетворения данного ходатайства в связи со следующим.

Ознакомление с материалами дел, находящимися в производстве Московского УФАС России, происходит в соответствии с Порядком ознакомления с материалами дела в Московском УФАС России, утвержденным приказом Московского УФАС России от 14.02.2019 № 29 (далее — Порядок ознакомления), который размещен в открытом доступе на официальном сайте Управления по адресу: <https://moscow.fas.gov.ru/page/6184>.

Согласно пункту 1.5 Порядка ознакомления Заявление (ходатайство) об ознакомлении с материалами дела должно содержать: наименование органа, в который оно подается; наименование лица, подающего ходатайство, место его нахождения и процессуальное положение в деле, а если ходатайство подается гражданином - его фамилия, имя, отчество, место жительства и процессуальное положение в деле; контактную информацию представителя для оперативной связи (номера телефона, факса, адрес электронной почты и т.п.); номер дела; в случае необходимости срочного (в день подачи ходатайства) ознакомления с материалами дела должна быть указана мотивировка.

В свою очередь установлено, что ранее поданное ООО «Императив Медиа» ходатайство об ознакомлении с материалами дела, поступившее в Московское УФАС России 18.02.2020 (вх. № 9100/20), не содержало в себе каких-либо контактных данных для оперативной связи, в том числе номера телефона, факса, адрес электронной почты и т. п. Также ООО «Императив Медиа» не была приведена мотивировка необходимости срочного ознакомления с материалами дела.

В соответствии с 1.12 Порядка ознакомления информацию о времени ознакомления заинтересованное лицо может узнать у исполнителя по делу, связавшись с ним по телефону, указанному в сопроводительном письме, которым было направлено определение о назначении дела, рассматриваемого в рамках компетенции антимонопольного органа.

Установлено, что в период с момента поступления ходатайства ООО «Императив Медиа» до начала рассмотрения дела на заседании Комиссии, назначенной на 06.03.2020 в 13 часов 10 минут, Обществом, его уполномоченными представителями, не совершались какие-либо действия, направленные на получение информации о дате и времени возможного ознакомления с делом, в том числе попытки связаться с исполнителем по делу, контактный номер которого содержался в определении о возбуждении дела, направленное ООО «Императив Медиа» в установленном порядке.

Обязанность антимонопольного органа в самостоятельном совершении каких-либо действий, направленных на сообщение лицу, заявившему ходатайство об ознакомлении с материалами дела, не предусмотрено Порядком ознакомления. Более того в настоящем случае такая возможность вовсе отсутствовала ввиду неуказания ООО «Императив Медиа» в самом ходатайстве каких-либо контактных данных, кроме почтового адреса.

Вышеуказанные обстоятельства ООО «Императив Медиа» не опровергаются и прямо подтверждены его уполномоченным представителем в процессе рассмотрения дела.

Таким образом, пассивное поведение ООО «Императив Медиа», а также повторное заявление ходатайства об ознакомлении дела непосредственно на заседании Комиссии расценивается Комиссией Московского УФАС России исключительно как злоупотребление правом со стороны Общества и направлено на затягивание процесса рассмотрения дела по существу.

На основании изложенного Комиссией принято решение об отсутствии оснований для

удовлетворения заявленного ООО «Императив Медиа» ходатайства в контексте именно отложения заседания Комиссии ввиду того, что какие-либо процессуальные основания для подобного затягивания процедуры административного рассмотрения отсутствуют. При этом Общество не лишено возможности ознакомления с материалами дела в любое иное время с соблюдением вышепоименованной процедуры.

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, выслушав доводы представителей сторон по делу, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе рекламой является 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.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации как предназначенность для неопределенного круга лиц означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

В рассматриваемом случае реклама распространялась в журнале «Вестник Победы» за ноябрь 2019 года.

Журнал «Вестник Победы» зарегистрирован в качестве печатного средства массовой информации (свидетельство № ПИ № ФС 77 - 60156 от 17.12.2014), территориями распространения которого является вся территория Российской Федерации и зарубежные страны.

Следовательно, установлено, что журнал, в котором распространялась спорная реклама, является общедоступным для неопределенного круга лиц потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по территории распространения и кругу лиц-потребителей рекламы, Комиссией Московского УФАС России не установлено.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе объектом рекламирования является 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.

Согласно пункту 3 статьи 3 Закона о рекламе под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В настоящем случае объектом рекламирования является лекарственное средство, что подтверждается сведениями из государственного реестра лекарственных средств (регистрационное удостоверение № Р N014179/01-2002 от 06.05.2008).

Используемые в рассматриваемой рекламе утверждения и словосочетания «От инфекции горла — это факт!», «Устраняет причину боли в горле» создают впечатление о безусловной эффективности рекламируемого лекарственного препарата.

Таким образом, установлено, что информация, распространенная посредством журнала «Вестник Победы» за ноябрь 2019, отвечает всем признакам рекламы: распространена посредством размещения в печатном издании, зарегистрированном в качестве СМИ; адресована неопределенному кругу лиц, поскольку обозначенный журнал не имеет ограничений по территории распространения и кругу лиц-потребителей рекламы; направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

Согласно пункту 8 части 1 статьи 24 Закона о рекламе, реклама лекарственных средств не должна гарантировать положительное действие объекта рекламирования, его безопасность,

эффективность и отсутствие побочных действий.

По мнению АО «Босналек», спорная реклама не содержит утверждение о том, что препарат «Лизобакт» является эффективным и/или не создает впечатление о безусловной эффективности данного препарата.

Изложенная в ней информация содержит сведения о свойствах и характеристиках лекарственного препарата, содержащихся в утвержденной в установленном порядке инструкции по применению препарата «Лизобакт».

Согласно инструкции, препарат «Лизобакт» является комбинированным препаратом, действие которого обусловлено входящими в его состав компонентами. Лизоцим является ферментом белковой природы, применяется как антисептик вследствие его прямого воздействия на грамположительные и грамотрицательные бактерии, а также грибы и вирусы, принимает участие в регуляции местного неспецифического иммунитета. Пиридоксин — оказывает защитное действие на слизистую оболочку полости рта (антиафтозный эффект). Не влияет на фармакодинамические свойства лизоцима.

То есть информация, содержащаяся в рекламе «От инфекций горла — это факт!» соответствует информации, указанной в инструкции, а именно в разделе «фармакологические свойства».

Информация, содержащаяся в рекламном макете «Устраняет причину боли в горле», также, по мнению лиц, участвующих в деле, не может создавать впечатление о безусловной эффективности, так как говорит только о действии препарата на причину боли в горле, то есть способствует лечению инфекционно-воспалительных заболеваний слизистой оболочки полости рта.

Между тем, в результате анализа представленных в материалы дела документов Комиссией Московского УФАС России установлено следующее.

В рекламе лекарственного препарата «Лизобакт» внимание потребителей фиксируется на утверждениях «От инфекции горла — это факт!», «Устраняет причину боли в горле». АО «Босналек» заверяет и ручается, что лекарственный препарат «Лизобакт» эффективно устранит (уменьшит) боль в горле, гарантирует снятие боли и воспаления, соответственно, в рекламе данные утверждения гарантируют положительное действие, эффективность препарата.

Согласно Толковому словарю Ожегова: факт - действительное, вполне реальное событие, явление; выражает уверенность, уверение.

Согласно Толковому словарю живого великорусского языка В.И. Даля: гарантия - ручательство, поручительство, порука, обеспечение, залог, ответ (с ответом), заверение, заверка, безопаска, обезопаска, безопасенье, страх; гарантировать - обеспечить, ручаться, заверить, обезопасить, дать залог, поручиться, заручиться; заложиться, взять на свой страх.

Согласно Большому толковому словарю русского языка С.А. Кузнецова: гарантия - 1. Обеспечение осуществления чего-л., выполнения каких-л. обязательств и т.п.; поручительство, ручательство, порука в чем-л. 2. Условие, обеспечивающее, подтверждающее осуществление, исполнение чего-л.

Таким образом, гарантия - это заверение наступления, осуществления чего-либо, поручительство.

В рекламе лекарственных препаратов «Лизобакт» АО «Босналек» заверяет и ручается, что данный лекарственный препарат устранит причину боли в горле, соответственно, в рекламе присутствует гарантия наступления выздоровления.

В таком контексте не может также быть принят довод ООО «Императив Медиа» о том, что причиной боли в горле могут быть разные заболевания, а устранение самой боли не является равнозначным излечению от такой болезни. В рекламе используется утверждение именно об устранении причины боли в горле, а равно излечению от любого заболевания, которое может такую боль вызвать.

Таким образом, как отдельное, так и совокупное толкование рассматриваемых утверждений,

используемых в рекламе, способно создать впечатление о гарантии его положительного действия, его эффективности.

На основании изложенного, Комиссия приходит к выводу о наличии в рассматриваемой рекламе нарушения пункта 8 части 1 статьи 24 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы лекарственного средства, гарантирующего положительное действие, его безопасность, эффективность и отсутствие побочных действий.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, является ненадлежащей.

Таким образом, реклама лекарственного средства «Лизобакт», размещенная на странице 75 выпуска журнала «Вестник Победы» за ноябрь 2019 года, является ненадлежащей.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 8 части 1 статьи 24 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно представленным в материалы дела документам, спорная реклама была размещена в журнале «Вестник Победы» по инициативе АО «Босналек» на основании договора № 1-БЛ от 23.11.2017, заключенного между ООО «Императив Медиа» и АО «Босналек».

На основании изложенного, рекламодателем спорной рекламы является АО «Босналек», что лицами, участвующими в деле, не отрицается.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России в действиях АО «Босналек» установлено нарушение пункта 8 части 1 статьи 24 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы лекарственного средства, гарантирующего положительное действие объекта рекламирования, его безопасность, эффективность и отсутствие побочных действий.

Доказательств, свидетельствующих о прекращении распространения указанной рекламы, АО «Босналек» не представлено.

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пускай и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

Также, в дело не представлено документальных доказательств невозможности продолжения распространения рассматриваемой рекламы, а равно подтвержденной информации о прекращении действия либо расторжении договоров, гражданско-правовых отношений или иных внутренних актов, на основании которых рассматриваемая реклама размещалась.

Между тем, предписание само по себе направлено именно на устранение нарушений, выявленных при рассмотрении конкретного дела, и не является мерой ответственности стороны, исходит из выбранного уполномоченным органом способа защиты общественных отношений, исходя из положений Закона о рекламе, а также законных прав потребителей, конкурентов и иных заинтересованных лиц.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи АО «Босналек», ООО «Императив Медиа» предписаний о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 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 законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508,

РЕШИЛА:

1. Признать АО «Босналек» (Босния и Герцеговина) (адрес: Саввинская наб., д. 11, г. Москва, 119435) нарушившим требования пункта 8 части 1 статьи 24 Закона о рекламе при распространении рекламы лекарственного средства «Лизобакт», размещенной на странице 75 выпуска журнала «Вестник Победы» за ноябрь 2019 года, гарантирующего положительное действие объекта рекламирования, его безопасность, эффективность и отсутствие побочных действий.
2. Выдать АО «Босналек» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Выдать ООО «Императив Медиа» (ОГРН 5067746074325 ИНН 7728591344) предписание о принятии мер по предотвращению распространения АО «Босналек» ненадлежащей рекламы в журнале «Вестник Победы».

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

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>

<...>

Исполнитель: <...>