

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

о возбуждении дела № 012/05/5-373/2022 по признакам нарушения законодательства о рекламе

«11» мая 2022 года
Йошкар-Ола

Г.

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 Марийского УФАС России <...>, рассмотрев материалы по факту распространения в пгт.Оршанка по адресу Палантая, д.10: «Сервис по поиску лекарств №1 в России. До 20 000 товаров для здоровья на одном портале. Поставка товаров в удобную аптеку»,

УСТАНОВИЛА:

Специалистами Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) установлен факт размещения наружной рекламы в пгт.Оршанка по адресу Палантая, д.10: «Сервис по поиску лекарств №1 в России. До 20 000 товаров для здоровья на одном портале. Поставка товаров в удобную аптеку».

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.

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 «Сервис по поиску лекарств №1» - 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 «Сервис по поиску лекарств №1» 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 «Сервис по поиску лекарств №1» и т.п., действует презумпция несоответствия действительности таких терминов в превосходной степени и утверждений, если рекламодаделец 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 «Сервис по поиску лекарств №1» без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение.

На основании изложенного, рассматриваемая реклама содержит признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

В силу части 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодаделец.

Согласно сведениям, представленным в антимонопольный орган, реклама распространялась на основании договора, заключенного между АО «НПК Катрен» и ИП К.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил 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 № 012/05/5-373/2022 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.**
- 2. Назначить дело № 012/05/5-373/2022 к рассмотрению на 08 июня 2022 года в 11 часов 30 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:

- АО НПК «Катрен» (<...>);

Заинтересованным лицом ИП К. (<...>).

4. АО НПК «Катрен» в срок до 06 июня 2022 года представить в Марийское УФАС России следующие документы и сведения (с сопроводительным письмом, где указываются в качестве приложений все запрошенные документы):

1. письменную мотивированную позицию, в связи с чем в рассматриваемой рекламе не указаны критерии, в соответствии с которыми сервис по поиску лекарств является №1 в России (в соответствии с исследованиями, приведенными Вами в письме №31239 от 04.04.2022, направленном в адрес ООО «Секвойя»)?
2. копии документов, исследования, иное, на основании которых в рекламе приводится информация о том, что сервис по поиску лекарств является №1 в России;
3. сведения об исполнении договора с ИП К. в отношении рассматриваемой рекламы;
4. иные сведения и документы, имеющие отношение к рассматриваемому вопросу.

4. ИП К. в срок до 06 июня 2022 года представить в Марийское УФАС России следующие документы и сведения (с сопроводительным письмом, где указываются в качестве приложений все запрошенные документы):

5. копии договоров на размещение рассматриваемой рекламы по адресу пгт.Оршанка по адресу Палантая, д.10;
6. иные сведения и документы, имеющие отношение к рассматриваемому вопросу.

Сообщаем, что возможность участия в заседании комиссии будет организована посредством удаленного доступа через программу «TrueConf» по ссылке (<https://fas1.tconf.rt.ru/c/9438373374>).

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 07 июня 2022 года, направив в адрес Марийского УФАС России копии доверенностей представителей.

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.

Заместитель руководителя –

начальник отдела