

РЕШЕНИЕ

Дело № 22-Р-2015

24 июля 2015 г.

г. Чебоксары

Резолютивная часть решения оглашена 20 июля 2015 г.

Решение изготовлено в полном объеме 24 июля 2015 г.

Комиссия Чувашского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – «...»

члены Комиссии:

«...»

рассмотрев дело N 22-Р-2015, возбужденное в отношении ООО «РегионАптека» по факту распространения аптекой «Максавит» по адресу: Московский пр., д.38, г. Чебоксары, 428018 рекламы реализуемых лекарственных препаратов с признаками нарушения требований, определенных частью 1 статьи 5, пунктом 4 части 3 статьи 5, частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе»,

в присутствии представителя ООО «РегионАптека» - «...»

в отсутствие заявителя - гр. «...», извещенной о времени и месте рассмотрения дела надлежащим образом,

УСТАНОВИЛА:

в Чувашское УФАС России поступило заявление гр. «...» (вх. 05-13/3196 от 28.04.2015 г.) о распространении в апреле 2015 г. в аптеке «Максавит» по адресу: Московский пр., д.38, г. Чебоксары, 428018 недостоверной рекламы в виде слогана «Цены всегда ниже!».

В целях Федерального 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 ([п. 1 ст. 3](#) Закона N 38-ФЗ).

Под объектом рекламирования понимается 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; под товаром - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот ([п. п. 2](#) и [3 указанной статьи](#)).

Распространяемая в аптеке «Максавит» информация «Цены всегда ниже!» направлена на формирование у потребителей желания приобрести медицинские препараты именно в данной аптеке, сообщение о том, что цены «всегда ниже» привлекает внимание потребителей и способствует продвижению данных лекарственных препаратов на фармацевтическом рынке.

Таким образом, данная информация соответствует всем квалифицирующим признакам рекламы, определенным статьей 3 Федерального закона «О рекламе», поэтому является рекламой.

В соответствии с частью 1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с пунктом 4 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или **цене товара**, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

Частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» определено, что не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

При этом в рекламе существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

Из заявления гр. «...» следует, что распространяемая в аптеке «Максавит» информация «Цены всегда ниже!» недостоверна, так как уровень цен на лекарственные препараты, реализуемые в аптеке «Максавит» не ниже, чем в других аптеках г. Чебоксары.

Так, 20.04.2015 г. гр. «...» приобрела в аптеке «Максавит» три пакетика препарата «Нимесил» по цене 22 руб. 50 коп. за один пакетик, при этом в аптеке «Ладушка» препарат «Нимесил» реализовался по цене 20 руб. 80 коп. за один пакетик, то есть по цене ниже, чем в аптеке «Максавит» (чеки на препарат «Нимесил» прилагаются).

Таким образом, по мнению заявителя, рекламный слоган «Цены всегда ниже!» является недостоверной рекламой и вводит в заблуждение покупателей.

Исходя из вышеизложенного, реклама, распространяемая ООО «РегионАптека» в аптеке «Максавит» по адресу: Московский пр., д.38,

г. Чебоксары, 428018, содержит признаки нарушения части 1 статьи 5, пункта 4

части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», поскольку цены на лекарственный препарат «Нимесил» в данной аптеке выше, чем в аптеке «Ладушка», при этом реклама, размещенная непосредственно на стеллажах с лекарственными препаратами, утверждает, что в аптеке «Максавит» «Цены всегда ниже!».

Согласно части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушения требований, установленных частью 1 статьи 5, пунктом 4 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», несёт рекламодатель.

Из письменного объяснения, предоставленного ООО «РегионАптека» вх. № 05-13/4831 от 22.06.2015 следует, что информация «Цены всегда ниже!» не является рекламой, так как размещена непосредственно в месте реализации товара, направлена не на рекламирование товара, а подчеркивает политику компании, направленную на доступность приобретаемых товаров и не содержит сравнений с ценами конкурентов.

При этом общество ссылается на [Постановление](#) Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами ФЗ "О рекламе" и письмо ФАС России № АК/47658/13.

Кроме того, по мнению ООО «РегионАптека» слоган «Цены всегда ниже!» не является рекламой, поскольку не влияет на выбор потребителей, так как потребители уже сделали свой выбор и вошли в аптеку для приобретения товара.

Из письменного объяснения, предоставленного ООО «РегионАптека» вх. № 05-13/5488 от 16.07.2015 следует, что сеть аптек «Максавит» является дискаунтером (дискаунтер - магазин, реализующий широкий ассортимент товаров по оптовым ценам), который предлагает потребителю лекарственные препараты и иные товары по цене ниже их среднерыночной стоимости, при этом общество предлагает потребителям стать участниками различных спецпрограмм, направленных на снижение стоимости лекарственных препаратов (информация на сайте www.maksavit.ru) и проводит маркетинговые мероприятия по продаже трех препаратов по цене двух.

Также ООО «РегионАптека» представило в Комиссию результат статистического анализа цен общества по сравнению с ценами других аптечных сетей, проведенного ООО «РегионАптека» за май, июнь, июль 2015 г.

Данные доводы ООО «РегионАптека» Комиссия считает несостоятельными по следующим основаниям.

В силу [пункта 1 статьи 9 Закона](#) Российской Федерации от 07.02.1992 N 2300-1 "О защите прав потребителей" изготовитель (исполнитель, продавец) обязан довести до сведения потребителя фирменное наименование (наименование) своей организации, место ее нахождения (адрес) и режим ее работы. Продавец (исполнитель) размещает указанную информацию на вывеске.

В [пункте 1](#) Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" разъяснен порядок применения [пункта 1 статьи 3](#) Федерального закона «О

рекламе».

При применении данной [нормы](#) следует исходить из того, что не может быть квалифицирована в качестве рекламы информация, которая хотя и отвечает перечисленным в данном [пункте](#) критериям, однако обязательна к размещению **в силу закона** или размещается **в силу обычая делового оборота**.

Таким образом, хозяйствующий субъект вправе разместить на конструкции у входа в здание рядом с вывеской о наименовании и режиме работы информацию о видах оказываемых услуг (товарах). Такая информация носит информационный характер о его деятельности и рекламой не признается, так как данная информация не способна сформировать у неопределенного круга лиц предпочтительный интерес к товарам (услугам) именно данного хозяйствующего субъекта.

Кроме того, указание в месте нахождения хозяйствующего субъекта профиля его деятельности либо ассортимента реализуемых товаров и услуг может быть признано обычаем делового оборота, и на такую информацию нормы [Закона](#) о рекламе также не распространяются.

При этом соответствующая информация, размещенная непосредственно в месте реализации товара, **должна исключать любые попытки эмоциональной окраски и оценочных суждений** и в связи с этим должна преподноситься в повествовательной манере. Например, информация "Аптека" отвечает этим требованиям, в то время как "Аптека низких цен!" или «Цены всегда ниже!» несет рекламный подтекст, поскольку привлекает внимание потенциальных покупателей.

Согласно [пункту 9](#) Постановления Пленума ВАС РФ от 8 октября 2012 года N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Закона о рекламе" 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, таким обра24.07зом, необходимо учитывать, что **при сравнении в рекламе собственных товаров с товарами конкурентов не допускается сравнение, основанное на несопоставимых критериях, или неполное сравнение товаров**, поскольку это искажает представление о рекламируемом товаре и не позволяет объективно оценить его свойства. Согласно [пункту 29](#) Постановления Пленума ВАС РФ, 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 "лучше", "первый", "номер один" и т.п., должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной. В связи с этим принято подобные утверждения сопровождать

ссылкой на результат соответствующих исследований и источник данных.

Слоган «Цены всегда ниже!» носит сравнительный характер в части цен на реализуемые лекарственные препараты и сопутствующие товары, при этом данный слоган понимается неоднозначно, так как для потребителя остается неясным, имеется ли в виду, что цены в аптечной сети «Максавит» ниже, чем цены в соседней аптеке? во всех аптечных сетях города? или республики? или цены ниже, чем в какой-либо конкретной аптечной сети? и т. д. Непредставление потребителю информации, в полном объеме определяющей критерий, ниже которого цены на реализуемые лекарственные препараты и сопутствующие товары в аптечной сети «Максавит», не позволяет правильно воспринимать информацию и вводит потребителей в заблуждение.

Таким образом, в данной рекламе сравнение построено таким образом, что его достоверность не может быть ни подтверждена, ни опровергнута представленным ООО «РегионАптека» статистическим анализом цен за май, июнь, июль 2015 г.

Использование в рекламе неточных высказываний или преувеличений относительно товара (услуги) может создать у потребителя неверное представление об этом товаре (услуге).

Главным инструментом введения в заблуждение является распространение ложной или неточной информации вследствие сокрытия части существенной информации. Вводящая в заблуждение реклама сообщает не «объективно неправильные (неверные) сведения», а субъективно неправильные, т.е. те, которые способны ввести в заблуждение. Это означает, что при оценке рекламы на предмет введения в заблуждение учитывается субъективное восприятие сообщенных ею сведений. Определяющим в этом случае является не то, что имел в виду рекламодатель, и не то, насколько сообщенные сведения соответствуют истине, а **лишь их восприятие потребителями.**

При оценке рекламы на способность ввести в заблуждение следует предполагать наличие определенного набора знаний и опыта адресатов рекламы исходя из среднего уровня, характерного, как правило, для существенной части потребительской аудитории. При этом правоприменительная практика исходит из того, что средний потребитель не должен обладать специальными знаниями в разных областях науки и техники, в том числе в вопросах медицины, страхования, финансирования и т.д.

Доказательная база о наличии введения потребителей в заблуждение в таких случаях строится на основании заявлений обманутых потребителей.

Так, из заявления гр. «...» (вх. 05-13/3196 от 28.04.2015 г.) следует, что рекламный слоган «Цены всегда ниже!», размещенный непосредственно на стеллажах с лекарственными препаратами в помещении аптеки, понят потребителем так, что цены на все лекарственные препараты и сопутствующие товары, реализуемые в аптеке «Максавит», всегда ниже, чем цены на аналогичные препараты в др. аптеках г. Чебоксары, а не как информация, сообщающая о политике компании, направленной на доступность приобретаемых товаров.

При этом чеки на препарат «Нимесил», представленные гр. «...», свидетельствуют о том, что на момент приобретения данного препарата 20.04.2015 г. цена в аптеке «Ладушка» ООО «Республиканская аптека» составляла 20 руб. 80 коп., то есть, была ниже, чем в аптеке «Максовит» на 1 руб. 70 коп.

Комиссия, изучив представленные документы и материалы дела, пришла к выводу о нарушении требований, определенных частью 1 статьи 5, пунктом 4 части 3 статьи 5, частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», допущенных при распространении ООО «РегионАптека» в аптеке «Максавит» по адресу: Московский пр., д.38, г. Чебоксары, 428018

рекламного слогана «Цены всегда ниже!».

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Федерального закона «О рекламе» антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный контроль за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На момент рассмотрения дела представитель ООО «РегионАптека» не представила в Комиссию доказательств устранения нарушения требований, определенных частью 1 статьи 5, пунктом 4 части 3 статьи 5, частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», в связи с чем Комиссия Чувашского УФАС России считает необходимым выдать обществу предписание о прекращении распространения ненадлежащей рекламы.

Учитывая вышеизложенное и руководствуясь частью 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащим рекламный слоган «Цены всегда ниже!», распространенный в апреле 2015 г. в помещении аптеки «Максавит» по адресу: Московский пр., д.38, г. Чебоксары, 428018, в связи с нарушением требований, определенных частью 1 статьи 5, пунктом 4 части 3 статьи 5, частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. ООО «РегионАптека» выдать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Чувашского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в суде или Арбитражном суде в течение трех месяцев со дня вынесения решения.

Председатель Комиссии

«...»

Члены Комиссии

«...»

24.07.2015 05-13/6712

ПРЕДПИСАНИЕ
О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

Дело № 22-Р-2015

24 июля 2015 г.

г. Чебоксары

Комиссия Чувашского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – «...»

члены Комиссии:

«...»

на основании своего решения от 24 июля 2015 г. по делу N 22-Р-2015 о признании ненадлежащим рекламного слогана «Цены всегда ниже!», распространенного ООО «РегионАптека» в апреле 2015 г. в помещении аптеки «Максавит» по адресу: Московский пр., д.38, г. Чебоксары, 428018, в связи с нарушением требований, определенных частью 1 статьи 5, пунктом 4 части 3 статьи 5, частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», и в соответствии с

пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона "О рекламе", пунктами 44,45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ООО «РегионАптека» (ул. Движенцев, д.14, П.5, г. Н. Новгород, 603033) в срок **до 20 августа 2015 г.** прекратить распространение ненадлежащего рекламного слогана «Цены всегда ниже!» в помещении аптеки «Максавит» по адресу: Московский пр., д.38, г. Чебоксары, 428018, в связи с нарушением требований, определенных частью 1 статьи 5, пунктом 4 части 3 статьи 5, частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. ООО «РегионАптека» (ул. Движенцев, д.14, П.5, г. Н. Новгород, 603033) в срок до **24 августа 2015 г.** представить в Чувашское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Чувашское УФАС России вправе в соответствии с частью 2⁴ статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Председатель Комиссии

«...»

Члены Комиссии

«...»