

## РЕШЕНИЕ

по делу № 012/05/5-965/2020

о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

«22» января 2021 года  
Ола

г. Йошкар-

Резолютивная часть решения объявлена: «22» января 2021 года

Полный текст решения изготовлен: «22» января 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 аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов

член Комиссии – ведущий специалист-эксперт отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов

член Комиссии – специалист-эксперт отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов

рассмотрев дело № 012/05/5-965/2020 по факту распространения в почтовые ящики многоквартирных жилых домов рекламы препаратов в рекламной листовке «Древо здоровья» с информацией о проведении выставок-продаж 18, 19, 26 ноября 2020 года на территории г. Йошкар-Олы Республики Марий Эл, в отсутствии лиц, участвующих в деле,

### УСТАНОВИЛА:

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 «Древо здоровья» с информацией о проведении выставок-продаж 18, 19, 26 ноября 2020 года на территории г. Йошкар-Олы Республики Марий Эл.

В рамках рассмотрения дела № 012/05/5-965/2020 ИП Б. письменные пояснения и

документы в Марийское УФАС России не представила, явку представителей лиц не обеспечила.

Таким образом, Комиссия рассматривает дело исходя из имеющихся доказательств.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон 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.

В пункте 2 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» установлено, что при анализе информации на предмет наличия в ней признаков рекламы необходимо учитывать, что размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в названных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, объект рекламирования - 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.

В соответствии с пунктом 3 статьи 3 Закона о рекламе товаром признается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Если рекламная информация представляет интерес и доступна также и иным лицам, не только входящим в ее целевую аудиторию, то направленность такой рекламы выходит за пределы целевой аудитории и относится к неопределенному кругу лиц.

Согласно Письму ФАС России от 05.04.2007 № АЦ/4624 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 некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Согласно Письму ФАС России от 20.06.2018 № АД/45557/18 «Об оценке неопределенного круга лиц в рекламе» квалификация информации как рекламы либо иного рода информации зависит от совокупности направленности и содержания сути сведений, приведенных в такой информации.

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.

Согласно пункту 1 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» 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, является рекламой и должна в связи с этим отвечать требованиям, предъявляемым Законом о рекламе.

Из содержания текста рекламной информации следует, что объектом рекламирования являются товары (различные средства и препараты), в том числе следующие препараты: «Фракциовит», «Свечи с АСД», крем «АСДнорм», «Фитоздрав», «Живица Экстра», «Фитол-6 с цинком для мужчин», капли «ОпиумАктив-нео», спрей «НоолютАктив», «ФракциоКард», «Остиолет день/ночь», мазь «Криодельта», бальзам «Фракциовит» в рекламной листовке «Древо здоровья» и иные.

В соответствии с пунктом 4 части 5 статьи 5 Закона 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 рекламодатель-распространитель 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 рекламодатель-распространителя. 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; рекламодатель-распространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Марийским УФАС России установлено, что рассматриваемые выставки-продажи на территории г. Йошкар-Олы Республики Марий Эл проводились ИП Б. на основании заключенного договора возмездного оказания услуг № 4 от 20.01.2020 с МАУК «Дворец культуры им. В.И. Ленина».

Следовательно, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП Б.

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

На момент рассмотрения дела Комиссией сведений о прекращении нарушения законодательства о рекламе не представлено.

На основании изложенного, Комиссия Марийского УФАС России считает, что в данном случае имеются основания для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

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 37, 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по

признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,  
Комиссия

**РЕШИЛА:**

1. Признать рекламу препаратов в рекламной листовке «Древо здоровья» с информацией о проведении выставок-продаж 18, 19, 26 ноября 2020 года на территории г. Йошкар-Олы Республики Марий Эл, распространенную в почтовые ящики многоквартирных жилых домов г. Йошкар-Олы, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пунктов 4, 6 части 5 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».
2. Выдать ИП Б. обязательное для исполнения предписание 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 течение трех месяцев со дня его принятия в Арбитражный суд Республики Марий Эл.

Председатель Комиссии

Члены Комиссии