

РЕШЕНИЕ

по делу № 012/05/5-337/2024

о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

«07» июня 2024 года г. Йошкар-Ола

Резолютивная часть решения объявлена: «07» июня 2024 года

Полный текст решения изготовлен: «07» июня 2024 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 <...>,

член Комиссии – ведущий специалист-эксперт <...>,

член Комиссии – ведущий специалист-эксперт <...>,

рассмотрев дело № 012/05/5-337/2024, возбужденное по признакам нарушения пунктов 4, 6 части 5 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» в отношении ИП И. по факту распространения рекламы препаратов в рекламной листовке «Древо здоровья» с информацией о проведении выставок –продаж на территории г. Йошкар-Олы 16, 22 января 2024 года,

в отсутствие ИП И., надлежащим образом извещенной о дате, времени и месте рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

Специалистами Марийского УФАС России был проведен осмотр рекламы, размещаемой в почтовых ящиках многоквартирных жилых домов г. Йошкар-Олы, в ходе которого установлен факт распространения рекламы препаратов «Фракциовит», «ОптиФар», «НоолютАктив», «Суставгин», «ФрациоКАРД», «Алтайский зелейник», «Святоздравъ» в рекламной листовке «Древо здоровье» в рекламной

листовке «Древо здоровья» с информацией о проведении выставок – продаж на территории Республики Марий Эл 16, 22 января 2024 года.

Определением от 16.05.2024 по факту распространения указанной рекламы Марийским УФАС России возбуждено дело № 012/05/5-337/2024 по признакам нарушения пунктов 4, 6 части 5 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» в отношении ИП И. (ОГРНИП: <...>, ИНН: <...>).

Копия указанного определения направлена по адресу места регистрации предпринимателя (почтовый идентификатор <...>, отправление возвращено из-за истечения срока хранения 28.05.2024), а также по адресу электронной почты <...>. Таким образом, лицо надлежащим образом извещено о дате, времени, месте рассмотрения дела.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия приходит к следующему.

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.

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 являются товары (различные средства и препараты), в том числе следующие препараты: «Фракциовит», «ОптиФар», «НоолютАктив», «Суставгин», «ФрациоКАРД», «Алтайский зелейник»,

«Святоздравъ» 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 рассматриваемой рекламе ссылаются на рекомендации медицинских работников (врач-уролог), используются фото-образы врачей, что противоречит требованиям указанной статьи.

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.

На основании изложенного, рассматриваемая реклама нарушает требования пунктов 4, 6 части 5 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии с частями 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе рекламодатель и рекламораспространитель 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 рекламораспространителя. 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; рекламораспространитель - 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 проводились ИП И. (ОГРНИП: <...> ИНН: <...>) на основании заключенного договора возмездного оказания услуг от 16.01.2024 с МАУК «Дворец культуры им. В.И.Ленина», а также акта приемки-сдачи оказанных услуг.

Данная реклама распространяется в интересах ИП И., стимулирует интерес к товарам, реализуемым предпринимателем, следовательно, ИП И. является рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы.

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.

На момент рассмотрения дела доказательства устранения нарушения законодательства о рекламе в материалах дела отсутствуют.

Кроме того, Марийским УФАС России установлено, что на территории г. Йошкар-Олы распространяются аналогичные рекламные листовки ИП И. о проведении выставок-продаж 25 мая, 02 июня 2024 года.

Таким образом, Комиссия Марийского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе ИП И.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктом 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по

признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу препаратов «Фракциовит», «ОптиФар», «НоолютАктив», «Суставгин», «ФрациоКАРД», «Алтайский зелейник», «Святоздравъ» в рекламной листовке «Древо здоровья» с информацией о проведении выставок –продаж на территории Республики Марий Эл 16, 22 января 2024 года, распространенной в почтовые ящики многоквартирных жилых домов на территории 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 индивидуальному предпринимателю <...> (ОГРНИП: <...>, ИНН: <...>) обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для рассмотрения вопроса о привлечении 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 <...>

<...>