

ООО «Самсон - Фарма»

Ленинградское шоссе, 80, строение 1, оф. 1Б, 125565

127006, Москва, а/я 57

pressa@samson-pharma.ru

## РЕШЕНИЕ

по делу № 077/05/25-6450/2020

«08» июля 2020 года

г. Москва

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

председателя Комиссии: <...>,

членов Комиссии: <...>, <...>,

рассмотрев дело № 077/05/25-6450/2020 по признакам нарушения ООО «Самсон - Фарма» (ОГРН: 1027700562141, ИНН: 7711045107) части 7 статьи 24, части 1.1 статьи 25 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении в сентябре 2019 рекламы посредством email-сообщения следующего содержания «27 августа — День красоты в аптеках «Самсон Фарма». Побалуйте себя и своих близких 20% скидкой на лечебную косметику и БАДы от известных мировых производителей — в акции участвуют тысячи товаров» и посредством СМС-сообщения следующего содержания: «Только 27.08. Скидка 20% на лечебную косметику и БАД clck.ru/HnNnw»,

в присутствии представителя ООО «Самсон — Фарма» в лице <...>,

### УСТАНОВИЛА:

Дело № 077/05/25-6450/2020 возбуждено Московским УФАС России на основании заявления физического лиц относительно распространения посредством email-сообщения рекламы следующего содержания «27 августа — День красоты в аптеках «Самсон Фарма». Побалуйте себя и своих близких 20% скидкой на лечебную косметику и БАДы от известных мировых

производителей — в акции участвуют тысячи товаров» и посредством СМС-сообщения рекламы следующего содержания: «Только 27.08. Скидка 20% на лечебную косметику и БАД [clck.ru/HnNnw](http://clck.ru/HnNnw)».

В рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения части 7 статьи 24, части 1.1 статьи 25 Закон о рекламе, выразившихся в распространении рекламы, в которой отсутствует предупреждение о наличии противопоказаний к применению и использованию лекарственных средств, необходимости ознакомления с их инструкцией по применению или получения консультации специалистов, а также о наличии в рекламе объекта рекламирования не являющимся лекарственным средством.

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

ООО «Самсон - Фарма» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 23.12.2002 за основным государственным регистрационным 1027700562141, ИНН 7711045107, КПП 774301001.

В сентябре 2019 года посредством email-сообщения и СМС-сообщения распространялась реклама БАДов и лекарственных средств «Самсон Фарма».

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, под рекламой понимается информация, распространяемая 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.

Рассматриваемая реклама распространялась клиентам ООО «Самсон - Фарма» в сети Интернет посредством email-сообщений, а также посредством СМС-сообщений на телефонные номера абонентов, а равно была доступна неограниченному кругу лиц-потребителей рекламы.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, под объектом рекламирования понимается товар, средство 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 является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Спорная реклама содержала в себе следующие сведения: «27 августа — День красоты в аптеках «Самсон Фарма». Побалуйте себя и своих близких 20% скидкой на лечебную косметику и БАДы от известных мировых производителей — в акции участвуют тысячи товаров», «Только 27.08. Скидка 20% на лечебную косметику и БАД [clck.ru/HnNnw](http://clck.ru/HnNnw)».

В настоящем случае, исходя из текста рекламы, объектом рекламирования выступают лекарственные средства и БАДы.

На основании изложенного, спорное информационное сообщение является рекламой. Данный факт ответчиков не оспаривается.

В соответствии с частью 7 статьи 24 Закона о рекламе реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при

кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд и должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства). Требования настоящей части не распространяются на рекламу, распространяемую в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, а также в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях, и на иную рекламу, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники.

В соответствии с пунктом 1.1. статьи 25 Закона о рекламе реклама биологически активных добавок в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством. В данной рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах, при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд, и такому предупреждению должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

В настоящем случае в рекламе отсутствует предупреждение о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, а также о наличии в рекламе объекта рекламирования не являющимся лекарственным средством.

Между тем ООО «Самсон Фарма» представлены письменные пояснения, согласно которым в email-сообщениях присутствует предупреждения о наличии противопоказаний и о наличии в тексте рекламы биологически активных добавок, а в СМС-сообщениях по технической ошибке часть текста не была отправлена, а именно та часть, в которой содержалось предупреждение.

Однако Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

Макет рассматриваемой рекламы, распространяемый посредством email-сообщений, представляет собой текст рекламы с использованием изображения в форме прямоугольника, в котором также присутствуют условия акций и наименований брендов лечебной косметики. В нижней части изображения размещена надпись, выполненная мелким шрифтом «количество товара ограничено. Ассортимент, участвующий в акции, уточняйте у фармацевта. БАД, не является лекарственным средством. Имеются противопоказания. Требуется консультация специалиста».

Установлено, что при расчете площади предупреждения «количество товара ограничено. Ассортимент, участвующий в акции, уточняйте у фармацевта. БАД, не является лекарственным средством. Имеются противопоказания. Требуется консультация специалиста» общая площадь рекламы составляет «10921» мм<sup>2</sup>; площадь предупреждения «количество товара ограничено. Ассортимент, участвующий в акции, уточняйте у фармацевта. БАД, не является лекарственным средством. Имеются противопоказания. Требуется консультация специалиста» в указанной рекламе составляет «248» мм<sup>2</sup>, что составляет ~ 2,3 % от площади, занимаемой рекламой.

Таким образом, в рекламе «Самсон Фарма», распространяемой посредством email-сообщений предупреждение о наличии противопоказаний и необходимости консультации со специалистом занимает менее 5% рекламной площади, а также предупреждение о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством занимает менее 10% рекламной площади. При этом, как указывал сам ответчик, в рассылаемых СМС-сообщениях вовсе отсутствовали такие предупреждения.

На основании вышеизложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о наличии в распространяемой в сентябре 2019 рекламы «27 августа — День красоты в аптеках «Самсон Фарма». Побалуйте себя и своих близких 20% скидкой на лечебную косметику и БАДы от известных мировых производителей — в акции участвуют тысячи товаров» и «Только 27.08. Скидка 20% на лечебную косметику и БАД [clck.ru/HnNnw](http://clck.ru/HnNnw)» факта нарушения части 7 статьи 24, части 1.1 статьи 25 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение части 7 статьи 24, части 1.1 статьи 25 Закона о рекламе, в соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

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

В соответствии с представленными ООО «Самсон - Фарма» документами и сведениями между ООО «Самсон - Фарма» и ПАО «МТС» заключен договор №125/19 от 01.02.2019, согласно которому рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Самсон - Фарма».

На основании изложенного Комиссией Московского УФАС России установлено, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Самсон - Фарма».

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.

Предписание само по себе направлено на устранение нарушений, выявленных при рассмотрении конкретного дела, 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 ООО «Самсон Фарма» предписания о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения Закона 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, Комиссия Московского УФАС России

#### РЕШИЛА:

1. Признать ООО «Самсон - Фарма» (ОГРН: 1027700562141, ИНН: 7711045107) нарушившим части 7 статьи 24, части 1.1 статьи 25 Закона о рекламе при распространении рекламы «Самсон — Фарма» посредством email-сообщений с предупреждением о наличии противопоказаний и необходимости консультации со специалистом, занимающим менее 5% рекламной площади, а также предупреждением о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством, занимающим менее 10% рекламной площади и в отсутствии данных предупреждений в рекламе, распространяемой посредством СМС-сообщений.

2. Выдать ООО «Самсон - Фарма» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, статьей 37 Закона о рекламе.

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>

Исполнитель: <...>