

РЕШЕНИЕ

по делу № 16-03-5-02/743

30 января 2017

г. Волгоград

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Волгоградской области Волгоградского УФАС России (далее – Волгоградское УФАС России или Управление) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии	-заместитель руководителя Управления – Никуйко Ирина Борисовна,
Члены Комиссии	- заместитель начальника отдела – Алимova Елена Владимировна, - главный специалист-эксперт – Козубова Елизавета Михайловна, - ведущий специалист-эксперт – Власова Екатерина Александровна,

рассмотрев дело № 16-03-5-02/743 по признакам нарушения п. 4 ч. 3 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), возбуждённое в отношении ООО «Волжская аптека»,

с участием: Сорокина Б.В., представителя ООО «Волжская аптека» по доверенности от 22.12.2016, заявителя Карпушова П. (личность удостоверена по паспорту),

УСТАНОВИЛА:

Территориальный антимонопольный орган Федеральной антимонопольной службы, осуществляющий надзор за соблюдением законодательства о рекламе, руководствуется в своей деятельности Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006г. № 508 (далее - Правила).

В соответствии с п. 12 Правил дело может быть возбуждено Федеральной антимонопольной службой или ее территориальными органами по собственной инициативе при выявлении фактов, указывающих на признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также по представлению прокурора, обращению органа государственной власти или органа местного самоуправления, заявлению физического или юридического лица.

В адрес Волгоградского УФАС России территориальным отделом в г. Волжском Управления Роспотребнадзора по Волгоградской области Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека было передано заявление гр. Карпушова П. от (вх. № 8971 эл. от 27.09.2016). В заявлении, поступившем в отдел в г. Волжском Управления Роспотребнадзора по Волгоградской области Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека 16.09.2016, заявитель указал, что аптека «Ладушка» позиционирует себя как «Аптека низких цен». Однако, как указывает гражданин, цены в аптеке на определённые препараты завышены в сравнении с иными аптечными учреждениями. Заявитель расценивает информацию, размещенную снаружи павильона аптеки «Ладушка», в качестве рекламы и считает её недостоверной. В частности, Заявитель указывает, что препарат «Аторвастатин» в аптеке «Ладушка» стоит 270 руб., в другой аптеке (аптека «Эконом») цена на данный препарат значительно ниже – 119 руб. 20 коп. (приложен кассовый чек от 13.09.2016).

Распространение информации «Ладушка. Аптека низких цен» по адресу, указанному Заявителем (г. Волжский, Волгоградская область, ул. Пионерская, 38 «Б»), было также зафиксировано специалистами Волгоградского УФАС России актом от 10.10.2016 № 239-Р. Актом мониторинга наружной рекламы подтверждается также распространение следующей информации на аптечном пункте по указанному

адресу: «Ладушка. Программа доступные лекарства /с изображением силуэтов двух взрослых и детей/. Ладушка. Система контроля и качества /с изображением «Гиппократовой чаши»/ Ладушка. Аптека низких цен /с изображением кошелька/».

Отделом экономического анализа Волгоградского УФАС России была проделана работа по сбору и анализу информации о розничных ценах на лекарственные препараты в аптеках г.Волгограда и г.Волжского Волгоградской области за период январь-октябрь 2016 г. По результатам предварительного анализа был сделан вывод о том, что в анализируемый период по большинству препаратов цены в аптеках «Ладушка» не относятся к категории низких относительно цен конкурирующих аптек.

Согласно п. 4 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе [недоуверенной](#) признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

Хозяйствующим субъектом, осуществляющим предпринимательскую деятельность в сети аптек «Ладушка» на территории Волгоградской области является ООО «Волжская аптека» (ОГРН 1115256001365).

Определением от 28.11.2016 Волгоградским УФАС России возбуждено производство по делу № 16-03-5-02/743 по признакам нарушения п. 4 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе в отношении ООО «Волжская аптека».

На заседании Комиссии Волгоградского УФАС России заявитель Карпушов П. подтвердил обстоятельства, изложенные в заявлении вх. № 8971 эл. от 27.09.2016, указав на следующее:

- заявитель, как потребитель, расценивает информацию «Ладушка. Аптека низких цен», размещённую на павильоне аптеки в г. Волжский, Волгоградская область, ул. Пионерская, 38 «Б», как рекламную. Указание на низкие цены в рассматриваемом слогане побудило заявителя обратиться за приобретением лекарств в аптеку «Ладушка». При этом Карпушов П. рассчитывал на наличие в аптеке действительно низкой цены, в частности на препарат «Аторвастатин». Однако более низкая цена (ниже более, чем в два раза) на указанный препарат оказалась в другой аптеке, которая при этом не позиционировала себя в качестве аптеки «низких цен».

- заявитель считает, что если организация не может выполнить условий, заявленных в рекламных слоганах, то такая реклама не должна размещаться.

От ООО «Волжская аптека» поступили письменные объяснения (вх. № 11957 от 23.12.2016), которые были поддержаны представителем Общества на заседании Комиссии Волгоградского УФАС России 17.01.2017. В объяснениях ООО «Волжская аптека» указано на следующее:

- сравнение розничных цен на реализуемые лекарственные средства в аптеках г. Волжского должны производиться между однотипными препаратами по критериям: один производитель, дозировка, упаковка, территория реализации,

- обозначение «Ладушка. Аптека низких цен» используется как коммерческое обозначение предприятия в соответствии со ст.ст. 1538-1541 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ),

- Общество считает, что словосочетание «Аптека низких цен» является составной частью комплекса, составляющего коммерческое обозначение,

- словосочетания, подобные «Аптека низких цен», придают положительную смысловую окраску средству индивидуализации предприятия, а рассматриваемый слоган не означает, что цены в аптеке исключительно низкие в сравнении с другими аптеками,

- в целях более качественного обеспечения населения лекарствами в условиях кризиса ООО «Волжская аптека» реализует ряд мероприятий, направленных на снижение цен на основной сегмент лекарственных средств. Комплекс таких мероприятий именуется «Программа доступные лекарства».

На заседании Комиссии Волгоградского УФАС России представитель ООО «Волжская аптека» подтвердил, что территория деятельности Общества – Волгоградская область. В связи со сменой собственника Обществом в настоящее время проводится ребрендинг аптек «Ладушка». В рамках данного мероприятия в январе 2017 года были демонтированы плакаты с использованием слоганов «Аптека низких цен», «Низкие цены». Однако доказательства этого Комиссии Волгоградского УФАС России представлены не были.

Отвечая на вопросы членов Комиссии Волгоградского УФАС России, представитель ООО «Волжская

аптека» пояснил, что не располагает информацией, обосновывающей выбор прежним собственником слогана «Аптека низких цен» для оформления павильонов аптек «Ладушка». Со слов, представителя юридического лица, в аптеках ООО «Волжская аптека» низкие наценки на препараты, однако Общество не располагает данными о наценках на лекарства, устанавливаемых конкурентами.

Рассмотрев имеющиеся материалы дела, с учётом доводов лиц, участвующих в рассмотрении дела, Комиссия Волгоградского УФАС России установила следующее.

Согласно п. 1 ст. 3 Закона о рекламе реклама – информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке.

Рассматриваемая информация «Аптека низких цен. Ладушка. Программа доступные лекарства. Ладушка. Система контроля качества. Ладушка. Аптека низких цен», размещённая на аптечном пункте, расположенном по адресу _____ г. Волжский, Волгоградская область, ул. Пионерская, 38 «Б», с учётом целевой направленности и манеры исполнения является рекламой, поскольку отвечает всем квалифицирующим признакам рекламы, установленным п.1 ст. 3 Закона о рекламе.

Распространение рекламы аналогичной той, на предмет которой получено заявление гражданина, было зафиксировано Волгоградским УФАС России и на территории г. Волгограда по ул. им. 8-ой Воздушной Армии, д. 40 (акт мониторинга № 240-р от 10.10.2016).

Размещённая на аптеках «Ладушка» информация на указанных рекламных носителях, распространённая в г. Волжском и г. Волгограде по указанным в актах № 239-р и 240-р от 10.10.2016 адресам, используется для привлечения внимания к аптечным пунктам «Ладушка». Объектом рекламирования выступает сама аптека, а также программа «Доступные лекарства», реализуемая аптеками «Ладушка».

При этом 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 (п. 2 ст. 3 Закона о рекламе).

В данном случае, размещённая ООО «Волжская аптека» реклама за счёт указания на низкие цены формирует интерес потребителей к аптеке «Ладушка», реализуемым ею лекарственным препаратам и способствует их продвижению на соответствующем рынке розничной реализации лекарственных средств. Цены на товары – один из ведущих факторов конкурентной борьбы, поэтому указание на низкие цены в аптеке привлекает внимание потребителей к объекту рекламирования и способно сформировать интерес потребителей к рекламируемой аптеке и ее ассортименту.

Исходя из понятия рекламы, закрепленного п. 1 ст. 3 Закона о рекламе, цель любого рекламного послания - привлечь внимание потребителя к рекламируемому продукту (товару, услуге), заинтересовать его. Однако, определяя рекламу как информацию, распространённую любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, Закон о рекламе установил определенные ограничения для рекламодателей, а именно недопустимость недобросовестной и недостоверной рекламы (ч. 1 ст. 5 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 (п. 4 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе).

Пленум ВАС РФ в постановлении от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» в п. 29 указал, что при рассмотрении дел о признании рекламы недостоверной необходимо исходить из того, 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.

Потребитель при выборе товара посредством восприятия рекламы делает свой выбор, исходя из самой понятной и самой в его понимании необходимой информации. В большинстве случаев используемые в рекламной информации фразы трактуются рядовым потребителем рекламы буквально. Потребитель, не имеет обязанности проведения анализа рекламы, проверки достоверности и достаточности заявленных в ней сведений.

Для обыденного сознания характерно множественное понимание смысла того или иного текста, зависящее от социального и индивидуального опыта человека, в силу чего рекламный слоган «Аптека низких цен» может иметь множество значений, однако, как подтверждается и заявлением и пояснениями заявителя на заседании Комиссии, доминирующим смыслом данного слогана для потребителя является следующий - в аптеке «Ладушка» цены на любые лекарственные средства низкие (то есть имеют преимущество) по сравнению с ценами в других аптеках г. Волжский или г. Волгограда.

Как подтверждается объяснениями ООО «Волжская аптека», послание «Аптека низких цен» несёт положительную смысловую окраску, привлекая тем самым внимание потребителя к аптеке и побуждая приобрести лекарства именно в данной аптеке. При этом реклама не уточняет, что низкие цены могут быть установлены не на весь ассортимент лекарственных препаратов, а на определённые группы и категории лекарств, в том числе в зависимости от производителя и поставщика.

В целях оценки на предмет достоверности рассматриваемой рекламы Волгоградским УФАС России был проведен сравнительный анализ средних розничных цен на лекарственные препараты в границах г. Волгограда и г. Волжского за период январь-октябрь 2016 г., цены аптек «Ладушка» (ООО «Волжская аптека») были сопоставлены с ценами других аптек.

В качестве исходной информации Волгоградским УФАС России были обработаны данные о розничных ценах на конкретные лекарственные препараты (определённые форма выпуска, дозировка препарата и производитель), представленные аптечными учреждениями г. Волгограда и г. Волжского.

Выбор лекарственных препаратов обусловлен размещённым на сайте DSM Group (маркетинговое агентство, которое специализируется на исследованиях фармацевтического рынка) рейтингом первых 20 торговых наименований лекарственных препаратов по стоимостному объёму за период с января по июнь 2016 года на территории Волгоградской области (<http://dsm.ru/marketing/free-information/ratings.html?rd=8&yd=2016&md=3&bt=1>), а также топ-50 наиболее продаваемых лекарственных средств в 2015 году.

Результаты анализа содержатся в Аналитической записке от 16.12.2016 № 301, подготовленной отделом экономического анализа Волгоградского УФАС России «О сопоставлении средних розничных цен на лекарственные препараты с ценами, установленными ООО «Волжская аптека» в границах г. Волгограда и г. Волжского за период январь-октябрь 2016 г.»

Результаты данного анализа показали, что розничные цены ООО «Волжская аптека» выше средних розничных цен аптек г. Волгограда за весь рассматриваемый период на следующие лекарственные препараты: «Конкор», «Эссенциале-Форте Н», «Кардиомагнил», «Пенталгин», «Ингавирин», «Амиксин», «Лазолван», «Флемоксин», «Эреспал», «Панкреатин», «Долобене», «Тенотен», «Лизобакт», «Тандум Верде», «Линекс», «Мирамистин», «Найз гель», «Энтерофурил», «Троксевазин», «Аква Марис», «Полидекса», «Экзодерил», «Эргоферон», «Анаферон», «Виферон», «Стрепсилс», «Гриппферон», «Циклоферон», «Анальгин», «Тизин Ксило».

При этом цены ниже средних розничных цен за весь рассматриваемый период в ООО «Волжская аптека» в г. Волгограде были выявлены только на три препарата: «Кагоцел», «Нурофен», «Лозап».

Розничные цены ООО «Волжская аптека» выше средних розничных цен аптек г. Волжский за весь рассматриваемый период на следующие лекарственные препараты: «Эссенциале-Форте Н», «Пенталгин», «Арбидол», «Сумамед», «Лазолван», «Полидекса», «Гриппферон», «Оциллококцидум».

По лекарственным препаратам, не отраженным в вышеперечисленных списках, цены реализации, установленные ООО «Волжская аптека» либо сопоставимы со средними розничными ценами аптек г. Волгограда и г. Волжского, либо отличаются в разные периоды времени как большую, так и в меньшую сторону.

Выводы, изложенные в аналитической записке от 16.12.2016 № 301, подтверждают несоответствие действительности (недостоверность) заявленной в рекламном слогане «Аптека низких цен» характеристики аптек «Ладушка», расположенных на территории г. Волгограда и г. Волжского Волгоградской области.

Доказательств и обоснований иного ООО «Волжская аптека» в рамках рассмотрения дела № 16-03-5-02/743 представлено не было. С аналитической запиской от 16.12.2016 № 301 представитель ООО «Волжская аптека» был ознакомлен 23.12.2016. Кроме того, Комиссия Волгоградского УФАС России на заседании 27.12.2016 удовлетворила ходатайство ООО «Волжская аптека» об отложении рассмотрения дела в связи с необходимостью представителям Общества дополнительного времени для подготовки документов по делу.

Таким образом, ООО «Волжская аптека» было предоставлено достаточно времени для подготовки возражений на выводы аналитической записки и иных доказательств и обоснований по обстоятельствам, явившимся основанием для возбуждения дела.

В соответствии с п.п. 5-7 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель - 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.

В рассматриваемом случае в качестве рекламодателя и рекламораспространителя выступило ООО «Волжская аптека» (г. Н. Новгород, ул. Лескова, д. 4, пом. 3), осуществляющее предпринимательскую деятельность на территории Волгоградской области на рынке розничной торговли лекарственными препаратами.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В соответствии с п. 6 ст. 38 Закона о рекламе рекламодатель несёт ответственность за нарушение требований, установленных ч.ч. 2-8 ст. 5 Закона о рекламе.

Комиссия Волгоградского УФАС России с учётом доводов и возражений сторон, имеющихся материалов дела, включая обращение физического лица, приходит к выводу о том, что рассматриваемая реклама «*Ладушка. Аптека низких цен*», распространённая на аптечных пунктах «Ладушка» в г. Волжский, г. Волгоград в сентябре-октябре 2016 года, является ненадлежащей, не соответствующей подп. 4 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.

Согласно ч. 3 ст. 36 Закона о рекламе предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе выдаётся на основании решения антимонопольного органа о признании рекламы ненадлежащей и должно содержать указание о прекращении ее распространения.

В рамках рассмотрения дела ООО «Волжская аптека» не представлено доказательств прекращения распространения ненадлежащей рекламы. В связи с изложенным Комиссией Волгоградского УФАС России установлены основания для выдачи предписания.

Нарушение рекламодателями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе в силу ч. 4 ст. 38 Закона о рекламе влечёт за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь п. 2 ч. 1 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу «Ладушка. Аптека низких цен», распространяемую ООО «Волжская аптека» (ОГРН 1115256001365) на аптечных пунктах «Ладушка» в г. Волжский, г. Волгоград в том числе в сентябре-октябре 2016 года, ненадлежащей, нарушающей требования подп. 4 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.
2. Выдать ООО «Волжская аптека» (ОГРН 1115256001365) предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Волгоградского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Резолютивная часть решения оглашена 17 января 2017 года. Решение изготовлено в полном объеме 30 января 2017 года.

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

