

## РЕШЕНИЕ

«07» октября 2011г. г.Брянск

Комиссия Брянского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:  
Председатель Комиссии – <...>

Члены Комиссии – <...>

рассмотрев дело № 157 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе выразившееся в рекламе лекарственных средств, без указания сопровождения предупреждения о наличии противопоказаний к применению и использованию, а также необходимости получения консультации специалиста, в отсутствие лица, индивидуального предпринимателя <...> (уведомленного надлежащим образом)

### УСТАНОВИЛА:

В Брянское УФАС России поступила жалоба (вх.4799 от 19.09.2011г.) от г-ки Смирновой Ю. о размещении рекламы в витрине аптечного пункта «РИТМ» расположенного по адресу г.Брянск, ул. Литейная 66/87. Специалистами Брянского УФАС России 28 сентября 2011г. была проведена внеплановая выездная проверка по соблюдению требований Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ "О рекламе" (далее ФЗ «О рекламе»). В ходе проведения проверки обнаружена реклама лекарственных средств размещенная в витрине аптечного пункта, в которой отсутствуют или недоступны для прочтения необходимые законом пометки о наличии противопоказаний, ознакомлении с инструкцией, консультацией специалиста. А именно:

- на коробе лекарственного средства «Максиколд», «Кальцецин аванс» отсутствует указанная пометка;  
- на коробе «Антигриппин» указанная пометка размещена в нижней части короба, которая закрыта оконной рамой и недоступна потребителям;

- в рекламной конструкции рекламы лекарственных ср-в «Панангин», «Самсимплекс» указанная пометка размещена в нижней части панно, которая закрыта оконной рамой и недоступна потребителям;

В данной рекламе содержатся признаки нарушений ч. 7 ст. 24 ФЗ от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе», в соответствии с которой, реклама лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, медицинской техники должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению или использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. 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. Аптека «Ритм» не является местом проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, соответственно при рекламировании данной продукции должны быть соблюдены требования части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ "О рекламе".

Признаки нарушений выразились в рекламе лекарственных средств потребителями которой являются не исключительно медицинские и фармацевтические работники, без требуемой законом сопровождения предупреждения о наличии противопоказаний к их применению или использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

В соответствии со ст. 3 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ реклама – это 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; объект рекламирования - товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама. Объектом рекламирования является предлагаемая рекламой лекарственная продукция. Деятельность аптеки направлена на извлечение прибыли от торговли (и рекламируемым товаром в том числе). Данная реклама адресована неопределенному кругу лиц, так как в аптеку заходят посетители являющиеся как покупателями товара, так и нет, различной категории, т.е. лица, которые не могут быть заранее определены в качестве конкретной стороны правоотношения, которые, возможно, возникнут в будущем по поводу реализации объекта рекламирования.

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

В случае если фактически условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, способной обмануть их ожидания, сформированные рекламой, представлены в рекламе мелким, либо нераспознаваемым шрифтом, не читаемым на значительном расстоянии, такая реклама может привести к искажению смысла рекламы, и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемым продуктом.

При этом, недоступность информации может быть расценена как ее отсутствие. Размещение привлекательной для потребителя информации крупным шрифтом, а менее привлекательной информации – способом, затрудняющим ее восприятие, свидетельствует о недобросовестности такой рекламы.

Соответственно при рекламировании данной продукции должны быть соблюдены требования части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ "О рекламе" и требуемая законом информация должна быть доступна для потребителя. Аналогичная позиция Брянского УФАС России изложена в Постановлении Федерального Арбитражного суда Московского округа от 31.03.2010г по делу №А40-128950/09-79-774, Постановлении Федерального Арбитражного суда Северо-Кавказского округа от 25.12.2008г. по делу №А63-3370/2008-С6, Постановлении Федерального Арбитражного суда Московского округа от 12.04.2010г. по делу №А40-126013/09-79-736.

По итогам проверки был составлен акт, и было принято решение о возбуждении дела и установлении виновного лица для привлечения к ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации.

В соответствии с ч. 7 ст. 38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за размещение рекламы с нарушением статьи 24 закона «О рекламе» несет рекламораспространитель. Лицом, осуществляющим деятельность в аптечном пункте «РИТМ» по адресу г.Брянск, ул. Литейная, 66/87 (лицензиатом указанного апт. пункт.) является индивидуальный предприниматель Маринов О.В.

Таким образом, Комиссией установлено:

#### 1. Информация

- на коробе лекарственного средства «Максиколд», «Кальцецин аванс» отсутствует указанная пометка;  
- на коробе «Антигриппин» указанная пометка размещена в нижней части короба, которая закрыта оконной рамой и недоступна

потребителям;

- в рекламной конструкции рекламы лекарственных ср-в «Панангин», «Самсимплекс» указанная пометка размещена в нижней части панно, которая закрыта оконной рамой и недоступна потребителям, является рекламой.

2. В данной рекламе ли отсутствует пометка с предупреждением о наличии противопоказаний к применению или использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, которая должна сопровождать данную рекламную информацию, или она оказалась недоступна потребителю.

Согласно статье 33 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ "О рекламе" антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный контроль за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе: предупреждает, выявляет и пресекает нарушения физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе. В соответствии со статьей 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются. Реклама не соответствующая требованиям законодательства признается ненадлежащей.

Ответственность за распространение ненадлежащей рекламы не соответствующей требованиям статьи 24 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель. В соответствии с ч. 7 ст. 38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за размещение рекламы с нарушением статьи 24 закона «О рекламе» несет рекламодатель. Лицом, осуществляющим деятельность в аптечном пункте «РИТМ» является индивидуальный предприниматель <...>

Брянским УФАС России выявлена реклама не соответствующая требованиям законодательства о рекламе и лицо, явившееся рекламодателем указанной рекламы - индивидуальный предприниматель <...>

Руководствуясь частью 2 пункта 1 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 ненадлежащей рекламу лекарственных средств, размещаемую в аптеке «РИТМ» по адресу: г.Брянск, ул. Литейная, 66/87, поскольку в ней нарушены требования п. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе» №38-ФЗ от 13.03.2006г.

2. Индивидуальному предпринимателю <...>

предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не выдавать, в связи с добровольным устранением.

3. Материалы дела о нарушении законодательства о рекламе должностному уполномоченному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении не передавались.

Решение изготовлено в полном объеме «07» октября 2011 г.

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

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии

<...>