

РЕШЕНИЕ

28 февраля 2017 года

г. Челябинск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе в составе (далее - Комиссия):

- Председатель Комиссии: <...> – заместитель руководителя – начальник отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией Челябинского УФАС России;
- члены Комиссии: <...> – специалист-эксперт отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией Челябинского УФАС России;
- <...> – ведущий специалист-эксперт отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией Челябинского УФАС России,

рассмотрев дело № 69-08/2016, возбужденное по признакам нарушения требований Федерального закона «О рекламе» по факту размещения в газете «Магнитогорский металл» от 02.07.2016 рекламы аптеки с коммерческим обозначением «На Грязнова», которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, с нарушением требований пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе»,

УСТАНОВИЛА:

в Управление Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области (далее – Челябинское УФАС России) обратилось юридическое лицо по факту размещения в газете «Магнитогорский металл» от 02.07.2016 рекламной статьи аптеки «На Грязнова» со сведениями: «... чтобы стать аптекой первого выбора... В крупных аптеках подделки практически не попадают... », которая, по мнению заявителя, нарушает требования рекламного законодательства.

Специалистами Челябинского УФАС России была проведена проверка по факту, указанному в заявлении и выявлено следующее.

В общественно-политической, информационной газете «Магнитогорский металлург» выпуск от 02.07.2016 № 70/13134/ на странице 24 размещены рекламные сведения об аптеке «На Грязнова». Статья рекламного характера сопровождается пометкой «реклама» и содержит сведения: «...есть риск приобретения поддельных лекарств, ... если покупка совершается в небольшой аптеке. Данные аптеки просто не могут позволить себе дорогостоящие мероприятия по контролю качества... Персонал аптеки работает над расширением ассортимента, чтобы стать аптекой первого выбора... причиной попадания поддельных препаратов в небольшие аптеки является дороговизна реализации мероприятий контроля качества...».

В соответствии со статьей 3 Федерального закона «О рекламе» под рекламой понимается 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.

Сведения, содержащиеся в общественно-политической, информационной газете «Магнитогорский металлург» выпуск от 02.07.2016 № 70/13134/ на странице 24 в силу статьи 3 Федерального закона «О рекламе» являются рекламой, поскольку, адресованы неопределенному кругу лиц – читателям печатного издания, направлены на привлечение внимания к аптеке «На Грязнова» и оказываемым ей услугам по отпуску лекарственных средств, формирование и поддержание интереса к ним, их продвижению на рынке розничной торговли лекарственными средствами.

В соответствии с частью 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Содержание рекламной статьи, опубликованной в общественно-политической, информационной газете «Магнитогорский металлург» выпуск от 02.07.2016 № 70/13134/ на странице 24, указывает на то, что аптека «На Грязнова» является крупной аптекой, которая может позволить проводить мероприятия по контролю качества отпускаемых лекарственных средств в отличие от аптек-конкурентов. Сведения в указанной рекламе о том, что лекарственные средства в аптеку «На Грязнова» поставляются поставщиками-лидерами и имеют необходимые сертификаты соответствия могут сформировать мнение у потребителей о том, что аптеки-конкуренты реализовывают препараты, не имеющие сертификатов.

На определение о возбуждении дела № 69-08/2016 ООО РА «Река» представило письменные пояснения, согласно которым между ООО РА «Река» и ООО «Фармперспектива» заключен договор об оказании услуг по размещению рекламы № 141 от 26.01.2015, в соответствии с условиями которого ООО РА «Река» оказывает ООО «Фармперспектива» услуги по размещению рекламы в средствах массовой информации (далее – СМИ). Размещение в газете «Магнитогорский металл» от 02.07.2016 рекламной статьи ООО «Фармперспектива» подтверждается приложением № 36 к договору № 141 от 26.01.2015 и актом № 00000552 от 31.07.2016 об оплате рекламных материалов, размещаемых в печатных СМИ в июле 2016 года.

Согласно выписке из единого реестра юридических лиц (далее – ЕГРЮЛ) ООО «Фармперспектива» осуществляет оптовую торговлю фармацевтической продукцией, согласно информации, размещенной на официальном сайте

Росздравнадзора (<http://www.roszdravnadzor.ru>), обществу выдана бессрочная лицензия на осуществление оптовой торговли лекарственными средствами по адресу: г. Самара, Волжское шоссе, д. 103 А.

Материалы дела содержат письменные пояснения АНО «Редакция газеты «Магнитогорский металл» (вх. № 177 от 11.01.2017), согласно которым в редакцию обратилось ООО РА «Река» с заявкой на размещение рекламы в газете «Магнитогорский металл» от 02.07.2016 в форме статьи. В целях соблюдения требований рекламного законодательства редакцией газеты запрошена лицензия рекламодателя на осуществление фармацевтической деятельности, на что ООО РА «Река» направило копию лицензии № ЛО-74-02-000989 от 22.04.2016, выданную ООО «Архи-Мед», сведения о выдаче указанной лицензии обществу также размещены на официальном сайте Федеральной службы по надзору в сфере здравоохранения. Таким образом, АНО «Редакция газеты «Магнитогорский металл» приняло меры по недопущению нарушения пункта 7 статьи 7 Федерального закона «О рекламе».

ООО «Фармперспектива» письменно пояснило (вх. № 2118 от 22.02.2017), что при осуществлении оптовой торговли лекарственными средствами для медицинского применения (лицензия № ФС-99-02-003812 от 14.04.2014) не использует коммерческое обозначение «аптека на Грязнова». Общество является поставщиком фармацевтической продукции для аптечных организаций, осуществляющих розничную торговлю, в том числе для ООО «Архи-Мед».

По вопросу размещения рекламы аптеки с коммерческим обозначением «На Грязнова» ООО «Фармперспектива» представило договор об оказании услуг по размещению рекламной информации от 01.05.2016, заключенный между ООО «Фармперспектива» и ООО «Архи-Мед». Предметом указанного договора является оказание услуг по заданию ООО «Архи-Мед» по размещению рекламной информации. Обязательство по соответствию содержания рекламных материалов требованиям рекламного законодательства в соответствии с пунктом 1.3 договор об оказании услуг по размещению рекламной информации от 01.05.2016 возложено на ООО «Архи-Мед».

Согласно письменным пояснениям ООО «Архи-Мед» (вх. № 2117 от 22.02.2017) общество осуществляет розничную продажу лекарственных средств (лицензия № ЛО-77-02-008038 от 18.10.2016) в аптечной организации с коммерческим обозначением «аптека на Грязнова» по адресу: г. Магнитогорск, ул. Грязнова, д. 39А, которое передано во временное владение ООО «Архи-Мед» по договору субаренды от 02.12.2015.

Реклама аптеки с коммерческим обозначением «На Грязнова», размещенная в газете «Магнитогорский металл» от 02.07.2016, размещена в интересах ООО «Архи-Мед» в рамках договора об оказании услуг по размещению рекламной информации от 01.05.2016.

Рассмотрение обращений и материалов дела приводит к следующим выводам.

В общественно-политической, информационной газете «Магнитогорский металлург» выпуск от 02.07.2016 № 70/13134/ на странице 24 размещена реклама аптеки с коммерческим обозначением «На Грязнова» со сведениями: «есть риск приобретения поддельных лекарств...если покупка совершается в небольшой

аптеке», «...причиной попадания поддельных препаратов в небольшие аптеки является дороговизна реализации мероприятий контроля качества», «...аптека устанавливает оптимальные для клиента цены, которые выгоднее чем в обычных аптеках».

Согласно статье 3 Федерального 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.

Сведения, размещенные в общественно-политической, информационной газете «Магнитогорский металлург» выпуск от 02.07.2016 № 70/13134/ на странице 24, отвечают признакам рекламы, определенным в норме статьи 3 Федерального закона «О рекламе», адресованы неопределенному кругу лиц, поскольку размещены в печатном издании, привлекают внимание к объекту рекламирования – «аптека на Грязнова», поддерживают интерес к ней.

Согласно части 1 статьи 55 Федерального закона «Об обращении лекарственных средств» розничная торговля лекарственными препаратами в количествах необходимых для выполнения врачебных назначений осуществляется аптечными организациями, имеющими лицензию на фармацевтическую деятельность.

Из содержания указанной нормы следует, что аптечные организации, осуществляющие деятельность по реализации лекарственных средств, вне зависимости от величины аптечной организации (аптечная сеть, небольшая аптека), должны осуществлять мероприятия по контролю качества реализуемых лекарственных средств.

Таким образом, сведения «...есть риск приобретения поддельных лекарств, ... если покупка совершается в небольшой аптеке. Данные аптеки просто не могут позволить себе дорогостоящие мероприятия по контролю качества... причиной попадания поддельных препаратов в небольшие аптеки является дороговизна реализации мероприятий контроля качества...» не соответствуют действительности о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые реализуются другими аптечными организациями.

ООО «Архи-Мед», не соглашаясь с вменяемым нарушением рекламного законодательства, представило в материалы дела заключение специалиста от 20.12.2016, согласно которому в тексте анализируемой статьи не проводится прямого сравнения с аптеками-конкурентами, использование в тексте положительной характеристики «проведение мероприятий контроля качества» не является оскорбительным, в тексте присутствует противопоставление «аптеки на Грязнова» и «обычных», «небольших» аптек.

К выводам содержащимся в заключении от 20.12.2016, Комиссия относится критически, ввиду следующего. Из заключения следует, что спорная реклама не содержит прямого сравнения рекламируемой аптечной организации с организациями-конкурентами.

Заключение специалиста от 20.12.2016 не содержит мнения относительно наличия в

спорной рекламе недостоверных сведений о преимуществах товаров, реализуемых в «аптеке на Грязнова», перед находящимися в обороте товарами, реализуемыми другими продавцами.

Довод ООО «Архи-Мед» о том, что в соответствии с нормами законодательства аптечные организации обязаны формально соблюдать требования к розничной торговле лекарственными средствами, в то время как при осуществлении деятельности общество руководствуется внутренней системой контроля качества, Комиссией не принят во внимание, поскольку при осуществлении аптечными организациями розничной торговли лекарственными средствами все организации обязаны руководствоваться требованиями Федерального закона «Об обращении лекарственных средств», что не исключает применение этими организациями внутренних регламентов или иных документов, регулирующих вопрос контроля качества реализуемой фармацевтической продукции.

Пункт 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признает рекламу, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Реклама, размещенная в общественно-политической, информационной газете «Магнитогорский металлург» выпуск от 02.07.2016 № 70/13134/ на странице 24, содержит недостоверные сведения «...есть риск приобретения поддельных лекарств, ... если покупка совершается в небольшой аптеке. Данные аптеки просто не могут позволить себе дорогостоящие мероприятия по контролю качества... причиной попадания поддельных препаратов в небольшие аптеки является дороговизна реализации мероприятий контроля качества...» о преимуществах лекарственных средств, реализуемых в «аптеке на Грязнова», что противоречит пункту 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Пунктом 4 статьи 3 Закона «О рекламе» предусмотрено, что реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель.

Часть 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» устанавливает, что рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодателем является ООО «Архи-Мед», осуществляющее деятельность по розничной продаже лекарственных средств, как лицо, определившее объект рекламирования и содержание рекламы, что подтверждается договором об оказании услуг по размещению рекламной информации от 01.05.2016.

По состоянию на 28 февраля 2017 года Челябинским УФАС России не получено сведений о том, что размещение рекламы со сведениями: «...есть риск приобретения поддельных лекарств, ... если покупка совершается в небольшой аптеке. Данные аптеки просто не могут позволить себе дорогостоящие

мероприятия по контролю качества... Персонал аптеки работает над расширением ассортимента, чтобы стать аптекой первого выбора... причиной попадания поддельных препаратов в небольшие аптеки является дороговизна реализации мероприятий контроля качества...» прекращено, при таких обстоятельствах Комиссия считает возможным выдать ООО «Архи-Мед» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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: «...есть риск приобретения поддельных лекарств, ... если покупка совершается в небольшой аптеке. Данные аптеки просто не могут позволить себе дорогостоящие мероприятия по контролю качества... Персонал аптеки работает над расширением ассортимента, чтобы стать аптекой первого выбора... причиной попадания поддельных препаратов в небольшие аптеки является дороговизна реализации мероприятий контроля качества...», размещенную в общественно-политической, информационной газете «Магнитогорский металлург» выпуск от 02.07.2016 № 70/13134/ на странице 24, поскольку при ее распространении нарушены требования пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ООО «Архи-Мед» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ООО «Архи-Мед» и его должностного лица.

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