РЕШЕНИЕ
по делу № 09-03-24-02/171-ВО

7 мая 2009 года г. Волгоград

Резолютивная часть решения объявлена 7 мая 2009 года.
Решение в полном объеме изготовлено 13 мая 2009 года.

Комиссия Управления ФАС по Волгоградской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:
председатель Комиссии - Чупахина Анна Дмитриевна, заместитель руководителя Управления,
член Комиссии - Хилимов Сергей Анатольевич, старший государственный инспектор отдела защиты конкуренции и контроля за рекламой,
член Комиссии – Кащавцева Людмила Вадимовна, государственный инспектор отдела защиты конкуренции и контроля за рекламой,
рассмотрев дело № 09-03-24-02/171-ВО, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы лекарственных средств в оконных проемах (витринах) МУП «Социальная аптека № 240» по адресу: г. Волгоград, ул. Н.-Отрады, 1а, содержащей признаки нарушения части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г.,
в присутствии представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, - МУП «Социальная аптека № 240» (400033, г. Волгоград, ул. Н.-Отрады, 1а), Перепелицыной Н.Ф., директора (приказ № 325к от 7.09.2006 г. о назначении на должность).
При рассмотрении дела велась аудиозапись с использованием диктофона CENIX VR-W240.

УСТАНОВИЛА:

17 апреля 2009 года Председателем Комиссии Управления ФАС по Волгоградской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, А.Д. Чупахиной, по собственной инициативе возбуждено дело № 09-03-24-02/51-ВО по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту размещения в оконных проемах (витринах) МУП «Социальная аптека № 240» рекламы лекарственных средств, содержащей признаки нарушения части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г., а именно: реклама лекарственных средств «Нурофен Форте» (400 мг), «Лазолван» (сироп 15мг/5мл), «Омепразол» (капсулы 20мг), размещенная в витринах аптеки посредством нанесения широкоформатной печати на пленке, не сопровождается предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и необходимости получения консультации специалиста.
Согласно письменным объяснениям директора МУП «Социальная аптека № 240» Перепелицыной Н.Ф. от 30.03.2009 г. № 19 на запрос Управления о предоставлении информации от 24.03.2009 г. № 02/1283, МУП «Социальная аптека № 240» 26.03.2006 г. заключила договор на субаренду с ООО «Научно-производственная фирма Медстар», которая занимается организацией выполнения работы по принятию заказов, продаже очков, предметов очковой оптики и изделий медицинского назначения для коррекции зрения и ООО «Фирма Ликонт», оказывающей медицинские услуги по офтальмологии. По просьбе данных фирм на витрины аптеки была нанесена широкоформатная печать на пленке, рекламирующая виды

услуг, предоставляемых данными учреждениями и аптекой. Оформление витрины не предусматривало рекламирование лекарственных средств, а указывает на вид деятельности аптеки.
Согласно письменным объяснениям директора МУП «Социальная аптека № 240» Перепелицыной Н.Ф. по факту возбуждения дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, МУП «Социальная аптека № 240» получает лекарственные средства, изделия медицинского назначения, разрешенные к реализации, через аптечные предприятия, в том числе и препараты Нурофен Форте», «Красный корень. Эвалар», «Специальное драже Мерц», «Атероклефит», «Лазолван», «Вита Спектрум», «Омепразол» от поставщиков, осуществляющих оптовую торговлю лекарственными средствами. Согласно договорам поставки не предусмотрены условия по рекламированию препаратов.
В оконных проемах (витринах) МУП «Социальная аптека № 240» нанесена пленка с изображением препаратов в соответствии с дизайнерским предложением. Выбор препаратов был случайным. МУП «Социальная аптека № 240» внесло изменения в прежний макет, и 24.04.2009 г. на пленке в оконных проемах с изображением лекарственных средств было размещено предупреждение о наличии противопоказаний к их применению и необходимости получения консультаций специалиста.

Изучив имеющиеся материалы дела, выслушав объяснения представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, Комиссия пришла к следующим выводам:

Старшим государственным инспектором отдела защиты конкуренции и контроля за рекламой Управления ФАС по Волгоградской области Хилимовым С.А. по собственной инициативе 5.04.2009 г. на территории Тракторозаводского района г. Волгограда при осуществлении государственного контроля был проведен мониторинг распространения наружной рекламы на соответствие требованиям ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г.
По результатам проверки установлено, что в оконных проемах (витринах) МУП «Социальная аптека № 240» по адресу: г. Волгоград, ул. Н.-Отрады, 1а нанесена пленка с изображением препаратов «Нурофен Форте» (таблетки400 мг), «Красный корень. Эвалар», «Специальное драже Мерц», «Атероклефит», «Лазолван» (сироп 15мг/5мл), «Вита Спектрум», «Омепразол» (капсулы 20мг).
Факт распространения обозначенной информации зафиксирован актом от 5.04.2009 г. и ее фотографированием (9 фотографий).
Услуги по изготовлению широкоформатной печати на пленке с изображением препаратов и их размещению в витринах МУП «Социальная аптека № 240» были осуществлены ООО «ОКО» на основании договора № 55 от 8.05.2007 г. и технического задания № 1 к договору согласно утвержденного сторонами эскиза.
Статья 1 ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. среди одной из целей настоящего Федерального закона закрепляет реализацию прав потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы.
ФЗ «О рекламе» предусматривает ряд требований по включению в рекламу различных предупреждений, в том числе при рекламировании лекарственных средств.
В соответствии с ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе» реклама лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, медицинской техники 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.
Установленные ФЗ «О рекламе» требования при распространении рекламы лекарственных средств направлены прежде всего на защиту здоровья населения, с учетом значительного воздействия рекламы на желания, потребность и поведение людей.
В соответствии со статьей 4 ФЗ «О лекарственных средствах» № 86-ФЗ от 22.06.1998 г. лекарственные средства – это вещества, применяемые для профилактики, диагностики, лечения болезни, предотвращения беременности, полученные из крови, плазмы крови, а также органов, тканей человека или животного, растений, минералов, методами синтеза или с применением биологических технологий. К лекарственным средствам относятся также вещества растительного, животного или синтетического происхождения, обладающие фармакологической активностью и предназначенные для производства и изготовления лекарственных средств;
фармацевтическая деятельность – это деятельность, осуществляемая организациями оптовой торговли и аптечными учреждениями в сфере обращения лекарственных средств, включающая оптовую и розничную торговлю лекарственными средствами, изготовление лекарственных средств;
МУП «Социальная аптека № 240» арендует помещение площадью 534, 40 кв.м. на первом этаже жилого дома по адресу: 400033, г. Волгоград, ул. Н.-Отрады, 1а на основании договора № 1/212-08 от 14.12.2007 г. на аренду помещения, заключенного с Департаментом муниципального имущества администрации Волгограда.
Комитетом по здравоохранению администрации Волгоградской области МУП «Социальная аптека № 240» выдана лицензия № ЛО-34-02-000109 от 18.02.2009 г. на осуществление фармацевтической деятельности по розничной торговле лекарственными средствами с правом изготовления лекарственных средств в аптеке по адресу: 400033, г. Волгоград, ул. Н.-Отрады, 1а.
Лекарственное средство «Нурофен Форте» имеет регистрационное удостоверение П № 016033/01. Согласно Приказу Минздрава РФ от 31.11.1999 г. № 472 «О перечне лекарственных средств списков А и Б» препарат «Лазолван» является лекарственным средством списка «Б».
Согласно статье 3 ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. 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 (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама;
рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо;
рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.
Рассматриваемая информация содержит все квалифицирующие признаки рекламы, поскольку она адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования – лекарственным средствам, реализуемым МУП «Социальная аптека № 240» («Нурофен Форте» (400 мг), «Лазолван» (сироп 15мг/5мл), «Омепразол» (капсулы 20мг)), формирование или поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке.
Согласно представленным МУП «Социальная аптека № 240» товарным накладным № 30033С от 17.11.2008 г., № 154001 от 29.12.2008 г., № 52907 от 23.04.2009 г., № 48544 от 15.04.2009 г., № АХ1-0406776/0 от 23.04.2009 г., № 1420468/1 от 12.03.2009 г., № АХ1-0398644/0 от 7.04.2009 г., № 51503 от 21.04.2009 г. к договорам поставки, Предприятие осуществляет реализацию в аптеке, в частности лекарственных средств «Нурофен Форте» (400 мг), «Лазолван» (сироп 15мг/5мл), «Омепразол» (капсулы 20мг).
Таким образом, МУП «Социальная аптека № 240» является не только рекламораспространителем, но и рекламодателем рассматриваемой рекламы.
Как разъяснил Пленум Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации в пункте 16 Информационного письма от 25.12.1998 г. № 37, информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.
Специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения (ч. 4 ст. 2 ФЗ «О рекламе»).
В соответствии со ст. 38 ФЗ «О рекламе» рекламодатель и рекламораспространитель несут ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 24 настоящего Федерального закона.

В соответствии с пунктом 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе при добровольном устранении лицом (лицами) совершенного нарушения антимонопольный орган вправе не выдавать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. В этом случае основания нецелесообразности выдачи предписания излагаются в мотивировочной части решения по делу.
На заседании Комиссии директор МУП «Социальная аптека № 240» в качестве доказательства добровольного устранения совершенного нарушения представил фотографию витрин МУП «Социальная аптека № 240», из которой следует, что реклама лекарственных средств «Нурофен Форте» (400 мг), «Лазолван» (сироп 15мг/5мл), «Омепразол» (капсулы 20мг) сопровождена нанесением аппликации пленкой с указанием предупреждения о наличии противопоказаний к их применению и использованию и необходимости получения консультации

специалистов. Услуги по размещению данных предупреждений были осуществлены ООО «ОКО» на основании договора № 42 от 24.04.2009 г. 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, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 г. № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу лекарственных средств «Нурофен Форте» (400 мг), «Лазолван» (сироп 15мг/5мл), «Омепразол» (капсулы 20мг), размещенную посредством нанесения широкоформатной печати на пленке в витринах МУП «Социальная аптека № 240», поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г.
2. Не выдавать МУП «Социальная аптека № 240» (400033, г. Волгоград, ул. Н.-Отрады, 1а) предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе в связи с добровольным устранением совершенного нарушения.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления ФАС по Волгоградской области для возбуждения дела об административном правонарушении по ст. 14.3 КоАП РФ в отношении рекламодателя и рекламораспространителя ненадлежащей рекламы – МУП «Социальная аптека № 240» (400033, г. Волгоград, ул. Н.-Отрады, 1а).