

РЕШЕНИЕ

по делу № 012/05/5-848/2022

о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

«25» января 2023 года
Ола

г. Йошкар-

Резолютивная часть решения объявлена: «23» января 2023 года

Полный текст решения изготовлен: «25» января 2023 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя - начальник отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов <...> ,

член Комиссии – ведущий специалист-эксперт отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов <...> ,

член Комиссии – специалист-эксперт отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов <...> ,

рассмотрев дело № 012/05/5-848/2022, возбужденное по признакам нарушения пунктов 4, 6 части 5 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) в отношении ИП Н., по факту распространения рекламы препаратов «Чистомикон», «Микарол», «Биослух», «Отинол», «Диафрин», «Декапрол», «Визория», «Мозготензин», «Флексимакс», «Katana Man», «Аденомен» в рекламной листовке «Секреты здоровья» с информацией о проведении выставок – продаж на территории Республики Марий Эл с 15 ноября – 22 ноября 2022 года, размещенную в почтовые ящики многоквартирных жилых домов,

в отсутствие ИП Н., надлежащим образом извещенного о дате, времени и месте рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

Специалистами Марийского УФАС России 10.11.2022 проведен осмотр рекламы препаратов «Чистомикон», «Микарол», «Биослух», «Отинол», «Диафрин», «Декапрол», «Визория», «Мозготензин», «Флексимакс», «Katana Man», «Аденомен» в рекламной листовке «Секреты здоровья» с информацией о проведении выставок – продаж на территории Республики Марий Эл с 15 ноября – 22 ноября 2022 года, распространенной в почтовые ящики многоквартирных жилых домов Республики Марий Эл (акт осмотра от 10.11.2022).

Марийским УФАС России в отношении ИП Н. (ИНН <...>, ОГРНИП <...>, адрес регистрации <...>) 21.11.2022 возбуждено дело № 012/05/5-848/2022 по признакам нарушения пунктов 4, 6 части 5 статьи 5 Закона о рекламе.

Рассмотрев представленные в материалы дела документы и материалы, Комиссия приходит к следующим выводам.

В соответствии со статьей 3 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.

Под объектом рекламирования понимают 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 (статья 3 Закона о рекламе).

Из содержания текста рекламной информации следует, что объектом рекламирования являются товары (различные средства и препараты), в том числе следующие препараты: «Чистомикон», «Микарол», «Биослух», «Отинол», «Диафрин», «Декапрол», «Визория», «Мозготензин», «Флексимакс», «Katana Man», «Аденомен» в рекламной листовке «Секреты здоровья» и иные.

Независимо от формы или используемого средства распространения реклама должна быть распознаваема без специальных знаний или без применения технических средств непосредственно в момент ее представления именно как реклама.

Таким образом, признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, формировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя.

Проанализировав содержание спорной информации, способы её размещения и распространения, Марийское УФАС России пришло к выводу, что указанная информация по своему содержанию и целевой направленности является рекламой, так как адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования, формирование или поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке.

В соответствии с пунктом 4 части 5 статьи 5 Закона в рекламе не допускается использование образов медицинских и фармацевтических

работников, за исключением такого использования в рекламе медицинских услуг, средств личной гигиены, в рекламе, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники, в рекламе, распространяемой в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, в рекламе, размещенной в печатных изданиях, предназначенных для медицинских и фармацевтических работников.

В силу пункта 6 части 5 статьи 5 Закона в рекламе не допускается указание на лечебные свойства, то есть положительное влияние на течение болезни, объекта рекламирования, за исключением такого указания в рекламе лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, изделий медицинского назначения и медицинской техники.

Указанные в рекламе препараты не являются лекарственными средствами.

Текст рекламной информации изложен таким образом, что у потребителя создается впечатление об излечении от многих заболеваний. При этом, указание на виды (группы) заболеваний, от которых можно избавиться при применении указанных препаратов усиливает эффект того, что данные средства обладают лечебными свойствами. Усиливает данный эффект и приведение информации о длительности применения данных препаратов курсом, указание на мнение и отзывы врачей и пациентов.

Поскольку рассматриваемые средства (препараты) не являются лекарственными средствами, в рекламе неправомерно указано на лечебные свойства данных препаратов, в том числе профилактические, поскольку данные средства не могут использоваться для лечения каких-либо заболеваний. Кроме того, в рекламе неправомерно приведены отзывы и высказывания врачей, используются образы медицинских работников.

На основании изложенного, рассматриваемая реклама содержит признаки нарушения пунктов 4, 6 части 5 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии с частями 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе рекламодаделец и рекламодатель несут ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 6 части 5 статьи 5 Закона о рекламе. Также рекламодаделец несет ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 4 части 5 статьи 5 Закона о рекламе.

Пунктами 5, 6, 7 статьи 3 Закона о рекламе предусмотрены понятия рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламодателя. Рекламодатель – это 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; рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Марийским УФАС России установлено, что рассматриваемые выставки - продажи на территории Республики Марий Эл проводились ИП Н. на основании заключенных договоров с учреждениями культуры Республики Марий Эл (договор

от 15.11.2022 между ИП Н. и МАУК «Дворец культуры Российской Армии»).

Следовательно, рассматриваемая реклама распространялась в интересах ИП Н.

На основании изложенного, ИП Н. является рекламодателем и рекламораспространителями рассматриваемой рекламы.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства.

На момент рассмотрения дела доказательства устранения нарушения законодательства о рекламе в материалах дела отсутствуют.

Таким образом, Комиссия Марийского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе ИП Н.

Руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42-51 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу препаратов «Чистомикон», «Микарол», «Биослух», «Отинол», «Диафрин», «Декапрол», «Визория», «Мозготензин», «Флексимакс», «Katana Map», «Аденомен» в рекламной листовке «Секреты здоровья» с информацией о проведении выставок – продаж на территории Республики Марий Эл с 15 ноября – 22 ноября 2022 года, распространенной в почтовые ящики многоквартирных жилых домов, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пункта 4, 6 части 5 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 - ФЗ «О рекламе».
2. Выдать индивидуальному предпринимателю Н. (ИНН <...>, ОГРНИП <...>, адрес регистрации <...>) обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для рассмотрения вопроса о привлечении лица к административной ответственности.

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

Председатель Комиссии

Члены Комиссии

2023-368