

РЕШЕНИЕ

по делу № 012/05/5-373/2022

о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

«15» июля 2022 года
Йошкар-Ола

г.

Резолютивная часть решения объявлена: «05» июля 2022 года

Полный текст решения изготовлен: «15» июля 2022 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 – главный специалист-эксперт отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов <...>.

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

рассмотрев дело № 012/05/5-373/2022, возбужденное по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» в отношении АО НПК «Катрен» по факту распространения наружной рекламы «Сервис по поиску лекарств №1 в России. До 20 000 товаров для здоровья на одном портале. Поставка товаров в удобную аптеку»,

в присутствии представителя АО НПК «Катрен» <...>, действующей на основании доверенности, участвующей в рассмотрении дела посредством видеоконференцсвязи,

УСТАНОВИЛА:

Специалистами Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) установлен факт

размещения наружной рекламы в пгт.Оршанка по адресу Палантая, д.10: «Сервис по поиску лекарств №1 в России. До 20 000 товаров для здоровья на одном портале. Поставка товаров в удобную аптеку».

Марийским УФАС России в отношении АО НПК «Катрен» возбуждено дело № 012/05/5-373/2022 по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» по факту распространения наружной рекламы «Сервис по поиску лекарств №1 в России. До 20 000 товаров для здоровья на одном портале. Поставка товаров в удобную аптеку».

АО НПК «Катрен» факт нарушения законодательства о рекламе не признало, в ходе рассмотрения дела указало, что реклама является надлежащей, поскольку до потребителей доводится достоверная информация. Факт того, что сервис arteka.ru является сервисом №1 в России, подтверждается различными рейтингами (исследованиями).

Заслушав пояснения лица, 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.

По смыслу статьи 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной.

При этом недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами (пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе).

В рассматриваемой рекламе используется словосочетание «Высшая профилактическая мера».

АО НПК «Катрен» в материалы дела представлены сведения о различных рейтингах (исследованиях), в соответствии с которыми сервис arteka.ru был выбран потребителями для заказа лекарств чаще всего: указанный сервис занимал первое место на коммерческом рынке лекарств России среди сервисов дистанционного заказа, занимал первое место по объему оборота в 2020 году среди сервисов дистанционного заказа в 2020 году, первое место по индексу заметности и доверию среди аптечных сетей в 2020 году, первое место по доле продаж среди онлайн сервисов в 2021 году, первое место по

оценке взаимодействия с работниками аптек весной 2021 года, первое место по доле на коммерческом сегменте среди сервисов дистанционного заказа по итогам 9 месяцев 2021 года, первое место по оценке взаимодействия с работниками аптек осенью 2021 года.

Пунктом 29 Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» установлено, 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.

В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например, путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

Таким образом, в рекламе не допускается использование информации не соответствующей действительности и аналогичных сведений о преимуществах рекламируемого товара.

В данном случае при оценке текста размещенной рекламы действующему законодательству Марийское УФАС России приходит к выводу о том, что в спорной рекламе приводятся не обладающие достоверностью сведения о превосходстве (преимуществе) объекта рекламирования «Сервис по поиску лекарств №1» - над такими же услугами (товарами) иных хозяйствующих субъектов, что может вызвать неверные представления у потребителей относительно объекта рекламирования и негативно повлиять на выбор товаров того или иного производителя или продавца товара.

Также, общее восприятие рекламы вводит потребителей рекламы в заблуждение, поскольку преимущества рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами не находят подтверждения превосходства товара в тексте рекламы.

Действующее законодательство в регулируемой сфере правоотношений исходит из того, что достоверность распространяемой рекламы с использованием утверждений в превосходной степени «Сервис по поиску лекарств №1» должна соответствовать реальной действительности в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре

(услуге), его качестве, потребительских свойствах.

Кроме того, применительно к использованию в рекламе терминов в превосходной степени, например, утверждений о «Сервис по поиску лекарств №1» и т.п., действует презумпция несоответствия действительности таких терминов в превосходной степени и утверждений, если рекламодаделец не подтвердит их истинность, предоставив документальные доказательства. При этом использование в рекламе сравнительной характеристики посредством утверждений в превосходной степени без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, означает возможность проведения такого сравнения по любому критерию.

Таким образом, в рассматриваемой рекламе присутствует информация сравнительной характеристики посредством утверждений в превосходной степени «Сервис по поиску лекарств №1» без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение.

У потребителя при восприятии рассматриваемой рекламы отсутствует возможность оценить достоверность рассматриваемой рекламы, отсутствуют сведения об основаниях, по которым объект рекламирования можно признать сервисом по поиску лекарств №1.

На основании изложенного, рассматриваемая реклама нарушает пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, поскольку не имеет подтверждения о соответствии действительности сведений о преимуществах рекламируемой услуги.

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

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе возложена на рекламодателя.

Согласно сведениям, представленным в антимонопольный орган, реклама распространялась на основании договора, заключенного между АО «НПК Катрен» и ИП Каримовой Р.С.

На основании изложенного, рекламодателем рассматриваемой рекламы является АО «НПК Катрен».

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.

Комиссией установлено, что реклама размещалась в период с 28.06.2019. При этом реклама была демонтирована 31.03.2022.

Таким образом, Комиссия Марийского УФАС России считает, что основания для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе не имеются.

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 37, 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу «Сервис по поиску лекарств №1 в России. До 20 000 товаров для здоровья на одном портале. Поставка товаров в удобную аптеку», размещенную в пгт.Оршанка по адресу Палантая, д.10 ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».
2. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для рассмотрения вопроса о привлечение 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