

О П Р Е Д Е Л Е Н И Е
о возбуждении дела № 3-5-33/00-08-14
по признакам нарушения законодательства
Российской Федерации о рекламе

07 июля 2014 г.

г. Москва

Заместитель Председателя Комиссии ФАС России по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе, Карташов Н.Н., рассмотрев материалы о распространении группой компаний КРКА на территории Российской Федерации рекламы лекарственного средства «ОРСОТЕН СЛИМ» и рекламе БАД «ОРСОСЛИМ»,

УСТАНОВИЛ:

В ФАС России поступило заявление ЗАО «Рош-Москва» о признаках нарушения законодательства о рекламе в рекламе нерецептурного лекарственного средства «ОРСОТЕН СЛИМ» и рекламе БАД «ОРСОСЛИМ», направленных на борьбу с лишним весом.

Из заявления ЗАО «Рош-Москва» следует, что данные продукты появились не так давно и активно продвигаются на российском рынке с наименованиями и в упаковках, сходных до степени смешения с наименованием и упаковкой рецептурного лекарственного средства «ОРСОТЕН», реклама которого ограничена в силу части 8 статьи 24 Федерального закона «О рекламе». При этом в заявлении отмечается, что рецептурное лекарственное средство «ОРСОТЕН» также, как и лекарственное средство «ОРСОТЕН СЛИМ» и БАД «ОРСОСЛИМ», является средством для похудения, и его упаковка была изменена после запуска данных препаратов.

Препараты «ОРСОТЕН СЛИМ» (далее – ЛС «ОРСОТЕН СЛИМ»), «ОРСОСЛИМ» (далее – БАД «ОРСОСЛИМ») и «ОРСОТЕН» (далее – ЛС «ОРСОТЕН») производятся и продвигаются на российский рынок группой компаний «КРКА».

Реклама лекарственного средства «ОРСОТЕН СЛИМ» распространялась в период с мая 2012 г. по март 2013 г. в виде рекламного ролика на федеральных телеканалах, печатной рекламы в журналах Cosmopolitan, Здоровье, Антенна-Телесемь, Лиза и прочими способами.

Реклама БАД «ОРСОСЛИМ» распространялась в период с мая 2012 г. по март 2013 г. в журналах ELLE, Самая, Антенна-Телесемь, 7 Дней, Домашний очаг, и прочими способами.

В рекламе обоих препаратов (ЛС «ОРСОТЕН СЛИМ» и БАДа «ОРСОСЛИМ») демонстрируются упаковки и сообщаются потребительские свойства.

Вместе с тем дизайн упаковок всех трех препаратов (ЛС «ОРСОТЕН», ЛС «ОРСОТЕН СЛИМ» и БАДа «ОРСОСЛИМ») обладает очевидным сходством.

Упаковки всех трех препаратов обладают идентичными характерными чертами – общее композиционное решение, идентичный шрифт для обозначения наименований, использование внизу справа товарного знака «КРКА», и содержат совпадающие изобразительные элементы – стилизованное изображение женского



силуэта на всей фронтальной части упаковки, круглая эмблема с изображением женского силуэта внутри.

Единственное отличие упаковок заключается в использовании различной цветовой гаммы и незначительных отличиях в расположении некоторых элементов – поперечной полосы с названием препарата (на упаковке БАД «ОРСОТЕН СЛИМ»).

Товарный знак «ОРСОТЕН», использованный в названии рецептурного препарата, и обозначение «ОРСОТЕН СЛИМ», использованное в названии нерецептурного препарата, являются сходными до степени смешения за счет фонетического сходства, одинакового графического исполнения, того факта, что семантически дополнительный элемент «СЛИМ» не влияет на различительную способность обозначения «ОРСОТЕН СЛИМ» в целом.

Товарный знак «ОРСОТЕН», использованный в названии рецептурного препарата, и обозначение «ОРСОСЛИМ», использованное в названии биологически активной добавки, с семантической точки зрения имеют идентичный запоминающийся фантазийный элемент «ОРСО», являются близкими с графической и сходными с фонетической точек зрения и различаются только в одном слоге, который не влияет на различительную способность товарного знака и представляет собой незначительное дополнение к основному оригинальному элементу «ОРСО».

Таким образом, упаковки ЛС «ОРСОТЕН», ЛС «ОРСОТЕН СЛИМ» и БАДа «ОРСОСЛИМ» сходны до степени смешения, а использованные в названиях данных препаратов словесные обозначения характеризуются определенным сходством между собой.

При этом на лицевой стороне упаковки БАДа «ОРСОСЛИМ» не содержится указания на то, что продукт является биологически активной добавкой к пище. Реклама БАДа «ОРСОСЛИМ» также должным образом не акцентирует внимание потребителей на предупреждении «БАД не является лекарственным средством» (предупреждение выполнено в рекламных материалах мелким шрифтом, не обеспечивающим привлечения внимания потребителей).

С учетом изложенного можно заключить о том, что в целом отдельные отличия в наименованиях рассматриваемых препаратов и их упаковок не способны должным образом индивидуализировать данные товары на рынке, и соответственно не влияют на различительную способность названий товаров и их упаковок при восприятии потребителями их рекламы. В связи с этим нерецептурное ЛС «ОРСОТЕН СЛИМ» и БАД «ОРСОСЛИМ» в рекламе ассоциируются с рецептурным ЛС «ОРСОТЕН».

Формированию ассоциации потребителями нерецептурного ЛС «ОРСОТЕН СЛИМ» и БАДа «ОРСОСЛИМ» с рецептурным ЛС «ОРСОТЕН» способствуют как сходство дизайна упаковок и наименований, так и аналогичные показания к применению и совпадающие цели применения всех трех препаратов – средства для похудения, направленные на снижение массы тела.

Усиливается эффект такой ассоциации тем, что у рекламируемых препаратов места реализации полностью совпадают с местами реализации рецептурного лекарственного средства «ОРСОТЕН»: и в том, и в другом случае это аптечные сети.

Таким образом, реклама нерецептурного лекарственного средства «ОРСОТЕН

СЛИМ» и реклама биологически активной добавки «ОРСОСЛИМ» одновременно формирует и поддерживает интерес неопределенного круга лиц к рецептурному лекарственному средству «ОРСОТЕН», и их реклама должна рассматриваться как реклама рецептурного лекарственного средства «ОРСОТЕН».

Согласно части 8 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) реклама лекарственных препаратов в формах и дозировках, отпускаемых по рецептам на лекарственные препараты, не допускается иначе как в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий и в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях.

Согласно части 4 статьи 2 Закона о рекламе специальные требования и ограничения, установленные Законом рекламе в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов.

В соответствии с пунктом 3 части 2 статьи 5 Закона о рекламе недобросовестной рекламой признается реклама, которая представляет собой рекламу товара, реклама которого запрещена данным способом, в данное время или в данном месте, если она осуществляется под видом рекламы другого товара, товарный знак или знак обслуживания которого тождествен или сходен до степени смешения с товарным знаком или знаком обслуживания товара, в отношении рекламы которого установлены соответствующие требования и ограничения, а также под видом рекламы изготовителя или продавца такого товара.

Изложенные обстоятельства позволяют заключить, что реклама ЛС «ОРСОТЕН СЛИМ» и реклама БАДа «ОРСОСЛИМ» представляет собой рекламу рецептурного лекарственного средства «ОРСОТЕН», соответственно реклама рецептурного ЛС «ОРСОТЕН» осуществляется под видом рекламы других товаров – нерецептурного ЛС «ОРСОТЕН СЛИМ» и БАДа «ОРСОСЛИМ», и является «суррогатной».

Указанный вывод подтверждается результатами социологического проса, проведенного ВЦИОМ по заказу ЗАО «Рош-Москва».

Из отчета ВЦИОМ следует, что 78,9% и 39,8% респондентов считают соответственно рекламу ЛС «ОРСОТЕН СЛИМ» и БАДа «ОРСОСЛИМ» одновременной рекламой рецептурного лекарственного средства «ОРСОТЕН», 50,6% респондентов считают, что рекламу ЛС «ОРСОТЕН СЛИМ» можно рассматривать как рекламу БАД «ОРСОСЛИМ». При ответе на вопрос о том, могли бы респонденты перепутать в аптеке рецептурное ЛС «ОРСОТЕН» и нерецептурное ЛС «ОРСОТЕН СЛИМ» - 48% опрошенных ответили утвердительно. Одновременно 30,8% респондентов полагают, что могли бы перепутать в аптеке БАД «ОРСОСЛИМ» и ЛС «ОРСОТЕН СЛИМ». 76,5% опрошенных затруднились объяснить, в чем заключается отличие рецептурного ЛС «ОРСОТЕН» и ЛС «ОРСОТЕН СЛИМ», и 71,6% - в чем отличие рецептурного ЛС «ОРСОТЕН» и БАД «ОРСОСЛИМ». По мнению респондентов, препараты ЛС «ОРСОТЕН» и ЛС «ОРСОТЕН СЛИМ» (93,2%), а также ЛС «ОРСОТЕН» и БАД «ОРСОСЛИМ» (72,5%) относятся к одной

линейке товаров(являются взаимозаменяемыми).

Приведенные результаты исследования ВЦИОМ свидетельствуют о том, что потребители не видят разницы между указанными препаратами, и соответственно высока вероятность того, что после просмотра распространяемой рекламы гражданами при покупке в аптеке один препарат будет принят за другой.

Кроме того, результаты исследования ВЦИОМ подтверждают то, что фактически элемент «ОРСОТЕН» является товарным знаком, характеризующим группу определенных товаров – средств для снижения веса: как рецептурных, так и нерецептурных, производимых и продвигаемых группой компаний КРКА.

Таким образом, реклама рецептурного лекарственного средства «ОРСОТЕН» под видом рекламы ЛС «ОРСОТЕН СЛИМ» и БАДа «ОРСОСЛИМ» распространяется в общедоступных средствах массовой информации и иными способами с признаками нарушения пункта 3 части 2 статьи 5, части 8 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», что свидетельствует о признаках недобросовестной рекламы.

В рекламе БАД «ОРСОСЛИМ» в журналах Самая, ELLE содержится следующая информация о потребительских свойствах БАДа:

«Уникальное сочетание ГЭГК (экстракт зеленого чая), кофеина, L-карнитина, вит.гр. В и хрома обеспечивает комплексный механизм действия: стимулирование обменных процессов, расщепление жировых отложений, снижение тяги к сладкому».

Снижение тяги к сладкому является исключительно результатом действия веществ, воздействующих на центральную нервную систему человека. Между тем результат такого действия свидетельствует о лечебном эффекте, который свойственен только лекарственным препаратам, и в силу природы биологически активных добавок (продукты питания) не может являться свойством этих продуктов.

Таким образом, реклама БАД «ОРСОСЛИМ» в журналах Самая, ELLE указывает на наличие у данного БАДа лечебных свойств и создает впечатление, что БАД является лекарственным средством. Усиливает данное впечатление то обстоятельство, что дизайн упаковки БАД «ОРСОСЛИМ» сходен с дизайном упаковок лекарственных средств «ОРСОТЕН» и «ОРСОТЕН СЛИМ».

В соответствии с пунктом 1 части 1 статьи 25 Федерального закона «О рекламе» реклама биологически активных добавок и пищевых добавок не должна создавать впечатление о том, что они являются лекарственными средствами и (или) обладают лечебными свойствами.

С учетом изложенного в рекламе БАД «ОРСОСЛИМ» с указанием на такое потребительское свойство, как снижение тяги к сладкому, усматриваются признаки нарушения пункта 1 части 1 статьи 25 Федерального закона «О рекламе».

Заявитель - ЗАО «Рош-Москва», осуществляет деятельность по продвижению и продаже на территории Российской Федерации рецептурного лекарственного средства «КСЕНИКАЛ» (далее – ЛС «КСЕНИКАЛ») с активным веществом «орлистат», действие которого направлено на борьбу с ожирением и избыточной массой тела.

Рецептурное ЛС «ОРСОТЕН» с идентичным активным веществом широко представлено на российском рынке и производится, рекламируется и продвигается на

российском рынке группой компаний «КРКА» (далее – Ответчики):

ООО «КРКА-РУС» является производителем и держателем регистрационного удостоверения ЛС «ОРСОТЕН»,

ООО «КРКА ФАРМА» осуществляет маркетинг, реализацию лекарственных средств, производимых в России и Словении,

словенская компания АО «КРКА, д.д., Ново место» является материнской компанией ООО «КРКА-РУС» и ООО «КРКА ФАРМА» - ей принадлежит 100% долей уставного капитала указанных компаний, имеющееся в России представительство данной компании осуществляет работы по регистрации и сертификации продукции.

Указанные компании входят в одну группу лиц и осуществляют деятельность по производству и продаже на российском рынке средств для похудения:

рецептурного ЛС «ОРСОТЕН» (производитель - ООО «КРКА-РУС», распространитель - ООО «КРКА ФАРМА»);

нерецептурного ЛС «ОРСОТЕН СЛИМ» (производитель - ООО «КРКА-РУС», распространитель - ООО «КРКА ФАРМА»);

БАДа «ОРСОСЛИМ» (производитель - АО «КРКА, д.д., Ново место», распространитель - ООО «КРКА ФАРМА»).

При этом на упаковках рецептурного ЛС «ОРСОТЕН» и нерецептурного ЛС «ОРСОТЕН СЛИМ» указано, что данные препараты произведены ООО «КРКА-РУС» в сотрудничестве с АО «КРКА, д.д., Ново место».

ЛС «КСЕНИКАЛ» Заявителя и три рассматриваемых препарата Ответчиков являются препаратами для похудения, имеют одинаковое функциональное назначение – снижение веса у лиц с избыточной массой тела, и в целом, аналогичные показания к применению. Кроме того, в ЛС «КСЕНИКАЛ» Заявителя и двух лекарственных средствах Ответчиков (ЛС «ОРСОТЕН» и ЛС «ОРСОТЕН СЛИМ») основным действующим веществом является «орлистат».

Таким образом, препараты Заявителя и Ответчиков (как группы лиц) являются взаимозаменяемыми товарами на рынке средств для похудения, и ЗАО «Рош-Москва» и группа компаний «КРКА» являются конкурентами.

Ответчики при рекламировании БАД «ОРСОСЛИМ» создают у потребителей рекламы впечатление, что данный препарат обладает лечебными свойствами, и тем самым вводят потребителей в заблуждение в отношении потребительских свойств данного товара.

Подобные действия создают для ответчиков преимущества в предпринимательской деятельности, поскольку при выборе средств для похудения потребители могут предпочесть приобрести БАД «ОРСОСЛИМ» (стоимость около 360 руб.) и отказаться от покупки ЛС «КСЕНИКАЛ» (стоимость около 1700 руб.), будучи уверенными, что БАД обладает лечебными свойствами и также эффективно позволит снижать вес.

Ответчики осуществляют суррогатное рекламирование путем распространения рекламы нерецептурного ЛС «ОРСОТЕН СЛИМ» и БАДа «ОРСОСЛИМ» в упаковках и с наименованиями, сходными с упаковкой и наименованием рецептурного ЛС «ОРСОТЕН», тем самым одновременно формируя и поддерживая интерес к последнему.

Данные действия направлены на продвижение на российский рынок и увеличение продаж запрещенного к рекламированию общедоступными средствами и в общедоступных местах товара – рецептурного лекарственного средства. Результатом таких действий является получение преимуществ в предпринимательской деятельности. Подобное «совместное» продвижение препаратов Ответчиков на рынок позволяет эффективнее их реализовывать, поскольку потребитель под воздействием рекламы одного препарата (неограниченного в рекламировании) может заинтересоваться и приобрести другой товар (запрещенный к рекламированию общедоступными средствами и в общедоступных местах), и способен привести к снижению продаж аналогичных взаимозаменяемых товаров конкурента, в рассматриваемом случае рецептурного ЛС «КСЕНИКАЛ» ЗАО «Рош-Москва».

Таким образом, действия группы компаний КРКА по введению в гражданский оборот трех препаратов в сходных упаковках и со сходными наименованиями влечет смешение восприятия потребителями природы данных препаратов и вводит их в заблуждение в отношении потребительских свойств данных препаратов, что противоречит требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и свидетельствует о наличии признаков одной из форм недобросовестной конкуренции, установленной статьей 14 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

В соответствии с пунктом 2 части 1 статьи 14 Федерального закона «О защите конкуренции» не допускается недобросовестная конкуренция, в том числе введение в заблуждение в отношении характера, способа и места производства, потребительских свойств, качества и количества товара или в отношении его производителей.

Согласно пункту 4 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недобросовестной признается реклама, которая является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

В силу части 1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

С учетом изложенного в действиях группы компаний КРКА по продвижению на российский рынок лекарственных средств «ОРСОТЕН СЛИМ» и «ОРСОТЕН», а также биологически активной добавки «ОРСОСЛИМ» усматриваются признаки недобросовестной конкуренции и недобросовестной рекламы, и соответственно - признаки нарушения положений пункта 4 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со статьей 38 Закона о рекламе рекламодаделец несет ответственность за нарушение требований законодательства Российской Федерации о рекламе, установленных частями 2-8 статьи 5 Закона о рекламе.

Взаимосвязанные действия юридических лиц, входящих в группу компаний КРКА, дают основания рассматривать ООО «КРКА-РУС», ООО «КРКА ФАРМА» и АО «КРКА, д.д., Ново место», имеющую в России представительство, как лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе и законодательства о конкуренции, и как рекламодателей рекламы лекарственного средства «ОРСОТЕН СЛИМ», биологически активной добавки «ОРСОСЛИМ», а также суррогатной рекламы рецептурного лекарственного средства «ОРСОТЕН».

Таким образом, рекламодателями указанной рекламы являются:

ООО «КРКА-РУС» (адрес: ул. Московская, д. 50, г. Истра, Московская область, 143500, ОГРН 1025001813198, ИНН 5017036276, КПП 501701001, дата создания 26.08.2002);

ООО «КРКА ФАРМА» (адрес: Московское ш., д. 46а, г. Сергиев-Посад, Московская область, 141315, ОГРН 1025005328853, ИНН 5042060699, КПП 504201001, дата создания 12.11.2002);

АО «КРКА, д.д., Ново место» (Словения) (*Krka, d. d., Novo mesto*), имеющее в России представительство (адрес Smarjeska cesta 6, 8500 Novo mesto, Slovenija, адрес представительства: ул. Звенигородская, д.13, стр. 43, этаж 6, г. Москва, 123022).

На основании части 8 статьи 24, пунктов 3, 4 части 2 статьи 5, пункта 1 части 1 статьи 25, пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу № **3-5-33/00-08-14** по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

лица, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе,

ООО «КРКА-РУС» (адрес: ул. Московская, д. 50, г. Истра, Московская область, 143500, ОГРН 1025001813198, ИНН 5017036276, КПП 501701001, дата создания 26.08.2002);

ООО «КРКА ФАРМА» (адрес: Московское ш., д. 46а, г. Сергиев-Посад, Московская область, 141315, ОГРН 1025005328853, ИНН 5042060699, КПП 504201001, дата создания 12.11.2002);

АО «КРКА, д.д., Ново место» (Словения) (*Krka, d. d., Novo mesto*), имеющее в России представительство (адрес Smarjeska cesta 6, 8500 Novo mesto, Slovenija, адрес представительства: ул. Звенигородская, д.13, стр. 43, этаж 6, г. Москва, 123022);

заявитель:

ЗАО «Рош-Москва» (адрес: Научный проезд, д. 8, г. Москва, 117246).

3. Назначить дело № **3-5-33/00-08-14** к рассмотрению на **11 августа 2014 года в 14 часов 30 минут** по адресу: г. Москва, Пыжевский пер., д. 6, каб. 301 (т. 8 (499) 755 23 23 вн. 159, вн.423).

4. **ООО «КРКА-РУС»** представить **в срок до 07 августа 2014 года** следующие документы:

копии разрешительных документов (регистрационного удостоверения, инструкции по применению, лицензии на производство и пр.) на лекарственное средство «ОРСОТЕН СЛИМ»;

копии разрешительных документов (регистрационного удостоверения, сертификата, инструкции по применению и пр.) на БАД «ОРСОСЛИМ»;

копии разрешительных документов (регистрационного удостоверения, инструкции по применению, лицензии на производство и пр.) на лекарственное средство «ОРСОТЕН»;

образцы упаковок лекарственного средства «ОРСОТЕН СЛИМ»;

образцы упаковок БАД «ОРСОСЛИМ»;

образцы упаковок лекарственного средства «ОРСОТЕН»;

копии договоров, платежных поручений и иных финансовых документов, на основании которых распространялась реклама лекарственного средства «ОРСОТЕН СЛИМ» и БАД «ОРСОСЛИМ» с мая 2012 г. по настоящее время;

информацию о масштабе рекламной кампании лекарственного средства «ОРСОТЕН СЛИМ» с указанием средств массовой информации и иных способов и мест распространения рекламы, адресной программы, периодов распространения с мая 2012 г. по настоящее время;

информацию о масштабе рекламной кампании БАД «ОРСОСЛИМ» с указанием средств массовой информации и иных способов и мест распространения рекламы, адресной программы, периодов распространения с мая 2012 г. по настоящее время;

копии рекламы (макеты, образцы и пр.) лекарственного средства «ОРСОТЕН СЛИМ», распространявшейся с мая 2012 г. по настоящее время на территории Российской Федерации;

копии рекламы (макеты, образцы и пр.) БАД «ОРСОСЛИМ», распространявшейся с мая 2012 г. по настоящее время на территории Российской Федерации;

письменные объяснения по существу предъявляемых претензий.

Предоставляемые документы и материалы должны быть заверены печатью и подписью руководителя организации.

5. ООО «КРКА ФАРМА» представить в срок до <...> 2014 года следующие документы:

копии разрешительных документов (регистрационного удостоверения, инструкции по применению, лицензии на производство и пр.) на лекарственное средство «ОРСОТЕН СЛИМ»;

копии разрешительных документов (регистрационного удостоверения, сертификата, инструкции по применению и пр.) на БАД «ОРСОСЛИМ»;

копии разрешительных документов (регистрационного удостоверения, инструкции по применению, лицензии на производство и пр.) на лекарственное средство «ОРСОТЕН»;

образцы упаковок лекарственного средства «ОРСОТЕН СЛИМ»;

образцы упаковок БАД «ОРСОСЛИМ»;

образцы упаковок лекарственного средства «ОРСОТЕН»;

копии договоров, платежных поручений и иных финансовых документов, на основании которых распространялась реклама лекарственного средства «ОРСОТЕН СЛИМ» и БАД «ОРСОСЛИМ» с мая 2012 г. по настоящее время;

информацию о масштабе рекламной кампании лекарственного средства

«ОРСОТЕН СЛИМ» с указанием средств массовой информации и иных способов и мест распространения рекламы, адресной программы, периодов распространения с мая 2012 г. по настоящее время;

информацию о масштабе рекламной кампании БАД «ОРСОСЛИМ» с указанием средств массовой информации и иных способов и мест распространения рекламы, адресной программы, периодов распространения с мая 2012 г. по настоящее время;

копии рекламы (макеты, образцы и пр.) лекарственного средства «ОРСОТЕН СЛИМ», распространявшейся с мая 2012 г. по настоящее время на территории Российской Федерации;

копии рекламы (макеты, образцы и пр.) БАД «ОРСОСЛИМ», распространявшейся с мая 2012 г. по настоящее время на территории Российской Федерации;

письменные объяснения по существу предъявляемых претензий.

Предоставляемые документы и материалы должны быть заверены печатью и подписью руководителя организации.

6. АО «КРКА, д.д., Ново место» (Словения) в лице представительства в России представить в срок до <...>2014 года следующие документы:

свидетельство о внесении в сводный государственный реестр аккредитованных на территории Российской Федерации представительств иностранных компаний, выданное ФГУ «Государственная регистрационная палата при Министерстве юстиции Российской Федерации»;

копию положения о представительстве в действующей редакции;

копию доверенности руководителя представительства;

копии разрешительных документов (регистрационного удостоверения, инструкции по применению, лицензии на производство и пр.) на лекарственное средство «ОРСОТЕН СЛИМ»;

копии разрешительных документов (регистрационного удостоверения, сертификата, инструкции по применению и пр.) на БАД «ОРСОСЛИМ»;

копии разрешительных документов (регистрационного удостоверения, инструкции по применению, лицензии на производство и пр.) на лекарственное средство «ОРСОТЕН»;

образцы упаковок лекарственного средства «ОРСОТЕН СЛИМ»;

образцы упаковок БАД «ОРСОСЛИМ»;

образцы упаковок лекарственного средства «ОРСОТЕН»;

копии договоров, платежных поручений и иных финансовых документов, на основании которых распространялась реклама лекарственного средства «ОРСОТЕН СЛИМ» и БАД «ОРСОСЛИМ» с мая 2012 г. по настоящее время;

информацию о периодах и средствах (способах, местах) распространения лекарственного средства «ОРСОТЕН СЛИМ» с мая 2012 г. по настоящее время;

информацию о масштабе рекламной кампании лекарственного средства «ОРСОТЕН СЛИМ» с указанием средств массовой информации и иных способов и мест распространения рекламы, адресной программы, периодов распространения

с мая 2012 г. по настоящее время;

информацию о масштабе рекламной кампании БАД «ОРСОСЛИМ» с указанием средств массовой информации и иных способов и мест распространения рекламы, адресной программы, периодов распространения с мая 2012 г. по настоящее время;

копии рекламы (макеты, образцы и пр.) лекарственного средства «ОРСОТЕН СЛИМ», распространявшейся с мая 2012 г. по настоящее время на территории Российской Федерации;

копии рекламы (макеты, образцы и пр.) БАД «ОРСОСЛИМ», распространявшейся с мая 2012 г. по настоящее время на территории Российской Федерации;

письменные объяснения по существу предъявляемых претензий.

Предоставляемые документы и материалы должны быть заверены печатью и подписью руководителя организации.

Явка представителей ООО «КРКА-РУС», ООО «КРКА ФАРМА» и АО «КРКА, д.д., Ново место» (Словения) в лице представительства в России, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, а также ЗАО «Рош-Москва» для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе **обязательна** (для представителей организаций – с подлинной доверенностью на представление интересов организации по делу № **3-5-33/00-08-14**).

Для обеспечения пропусков в здание ФАС России фамилии представителей необходимо сообщать заранее (по т. 8 (499) 755 23 23 вн. 423, факс 8 (499) 755 23 23 доб. 088-257): для граждан Российской Федерации за 1 день, для иностранных граждан – за 3 дня.