

ООО «АПТЕКА — А.В.Е.»

115093, г. Москва,
ул. Большая Серпуховская,
д. 44, оф. 19

РЕШЕНИЕ

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «15» мая 2014 года.
В полном объеме решение изготовлено «29» мая 2014 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия Московского УФАС России) в составе:

председателя Комиссии – (...),
членов Комиссии – (...), (...), (...), (...),

рассмотрев материалы дела № 3-24-41/77-14 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения в газете «Московский Комсомолец» (№ 13 (134) 24-30 января 2014 года) рекламы аптеки «ГорЗдрав», а также реализуемых указанной аптекой лекарственных препаратов, с признаками нарушения п. 4 ч. 3 ст. 5, ч. 8 ст. 24 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»), выразившимися в распространении рекламы, содержащей недостоверные сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара, а также в распространении рекламы лекарственных препаратов, отпускаемых по рецептам врачей вне мест проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, а также в неспециализированном

печатном издании, предназначенном для медицинских и фармацевтических работников,

в присутствии представителей ООО «АПТЕКА — А.В.Е.»: (...), (...)
(полномочия установлены на основании представленных доверенностей),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-24-41/77-14 возбуждено в отношении ООО «АПТЕКА — А.В.Е.» на основании обращения физического лица (вх. № 4688 от 17.02.2014) по факту распространения в газете «Московский Комсомолец» (№ 13 (134) 24-30 января 2014 года) рекламы аптеки «ГорЗдрав», а также реализуемых указанной аптекой лекарственных препаратов.

Комиссия Московского УФАС России, исследовав материалы дела, оценив доказательства в их совокупности и взаимной связи, установила следующее.

ООО «АПТЕКА — А.В.Е.» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц за основным государственным регистрационным номером 1117746309526, ИНН 7705947629, КПП 770501001.

Согласно материалам дела № 3-24-41/77-14 ООО «АПТЕКА — А.В.Е.» в газете «Московский Комсомолец» (№ 13 (134) 24-30 января 2014 года) разместило рекламу аптеки «ГорЗдрав», а также реализуемых указанной аптекой лекарственных препаратов, в том числе лекарственных препаратов отпускаемых по рецептам врачей, содержащую недостоверные сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама — информация, распространяемая 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 неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

В соответствии со свидетельством о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС77-42977 от 10.12.2010 газета «Московский Комсомолец» является средством массовой информации. Согласно указанному свидетельству газета «Московский Комсомолец» распространяется на своей территории Российской Федерации, а также на территории зарубежных стран.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России установлено, что

газета «Московский Комсомолец» является общедоступной для неопределенного круга лиц потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по территории ее распространения и кругу лиц-потребителей рекламы, Комиссией Московского УФАС России не установлено.

Информация, распространенная в газете «Московский Комсомолец» (№ 13 (134) 24-30 января 2014 года) отвечает всем требованиям рекламы: распространена в периодическом печатном издании; адресована неопределенному кругу лиц; направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» объект рекламирования — товар, средство 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.

Согласно пункту 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Согласно пункту 2 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в названных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака).

В соответствии с частью 4 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» 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.

Спорная информация, размещенная в газете «Московский Комсомолец» (№ 13 (134) 24-30 января 2014 года) направлена на привлечение внимания к аптекам, использующим для индивидуализации собственной деятельности словесное обозначение «ГорЗдрав», а также к лекарственным препаратам, реализуемым названным лицом.

Рассматриваемая информация воспринимается Комиссией Московского УФАС России как комплексная, содержащая несколько объектов рекламирования. Привлекая внимание к аптекам как к продавцу товара, рассматриваемая реклама также выделяет

ряд лекарственных средств, реализуемых в данных аптеках. Исходя из Устава ООО «АПТЕКА — А.В.Е.» представляется очевидным, что основной целью ответчика является реализация товаров (в том числе, лекарственных препаратов), в связи с чем ООО «АПТЕКА — А.В.Е.» заинтересовано в привлечении внимания потребителей рекламы к приобретению перечисленных лекарственных препаратов в собственных аптеках, с целью чего указывает цены данных товаров.

На основании изложенного, информация о аптеках «ГорЗдрав», а также реализуемых указанной аптекой лекарственных препаратов, распространенная в газете «Московский Комсомолец» (№ 13 (134) 24-30 января 2014 года), признана Комиссией Московского УФАС России рекламой.

Размещение рассматриваемой рекламы в газете «Московский Комсомолец» (№ 13 (134) 24-30 января 2014 года) осуществлялось ЗАО «Рекламно-информационное агентство «О'КЕЙ», в силу имеющихся между названным Обществом и ЗАО «Редакция газеты «Московский Комсомолец» договорных отношений, на основании гарантийного письма ООО «АПТЕКА — А.В.Е.» от 09.01.2014.

В соответствии с указанным гарантийным письмом от 09.01.2014 ООО «АПТЕКА — А.В.Е.» предоставило для размещения в газете «Московский Комсомолец + ТВ Программа» рекламные материалы. При этом ООО «АПТЕКА — А.В.Е.» гарантировало:

- соответствие предоставляемых рекламных материалов действующему законодательству Российской Федерации;
- достоверность указанной в рекламном макете информации;
- наличие в рекламе только тех объектов рекламирования, которые разрешены к самостоятельному использованию в домашних условиях, без специальной подготовки, отпускаемых из аптек без рецепта врача.

Согласно п. 5 ст. 3 Федерального закона «О рекламе», рекламодателем является изготовитель или продавец товара, либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с письменными пояснениями ООО «АПТЕКА — А.В.Е.» Общество при осуществлении хозяйственной деятельности использует словесное обозначение «Аптека ГорЗдрав» в качестве коммерческого обозначения, в том числе на вывесках и в рекламе.

ООО «АПТЕКА — А.В.Е.» осуществляет фармацевтическую деятельность, что подтверждается представленной Обществом в материалы дела лицензией на осуществление фармацевтической деятельности, а также сведениями о выданных Обществу лицензиях, содержащимися в Едином государственном реестре юридических лиц.

На основании изложенного и учитывая то обстоятельство, что размещение спорной рекламы в газете «Московский Комсомолец» (№ 13 (134) 24-30 января 2014 года) осуществлялось в интересах и по заказу ООО «АПТЕКА — А.В.Е.», Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что

рекламодателем спорной рекламы является ООО «АПТЕКА — А.В.Е.».

В соответствии с п. 4 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

Размещенная ООО «АПТЕКА — А.В.Е.» в газете «Московский Комсомолец» (№ 13 (134) 24-30 января 2014 года) реклама помимо прочего, содержит таблицу, в которой приведены цены на часть препаратов, реализуемых Обществом.

Информация о цене товара является существенной для потребителей рекламы и необходима для принятия осознанного решения по рекламируемой услуге. Отсутствие или недостоверность в рекламе какой-либо существенной части информации о рекламируемом товаре приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение приобрести рекламируемый товар.

Согласно обращению физического лица, послужившего основанием для возбуждения настоящего дела (далее - Заявитель), указанные в рассматриваемой рекламе цены на лекарственные препараты не соответствуют действительности.

Так, Заявителем 06.02.2014 в аптеке «ГорЗдрав» были приобретены следующие препараты: Аква Марис спрей наз. 30 мл., стоимостью 176 руб. 00 коп.; Ринофлуимуцил спреци наз. 10 мл., стоимостью 183 руб. 00 коп., что подтверждается кассовым чеком, представленном в материалах дела № 3-24-41/77-14.

Вместе с тем, спорная реклама содержит предложение к продаже названных препаратов по следующим ценам: Аква Марис спрей наз. 30 мл. - 176 руб. 00 коп.; Ринофлуимуцил спреци наз. 10 мл. - 177 руб. 00 коп.

Таким образом, установлено, что спорная реклама размещенная в газете «Московский Комсомолец» (№ 13 (134) 24-30 января 2014 года) содержит не соответствующие действительности сведения о цене товара.

Доводы представителя ООО «АПТЕКА — А.В.Е.» относительно того, что приведенная в рекламе таблица, содержащая сведения о наименованиях и ценах на препараты, реализуемые Обществом, приведена исключительно с целью информирования потенциальных потребителей о примерной ценовой политике Общества, а точные цены на товары необходимо уточнять по указанным в рекламе телефонам, Комиссией Московского УФАС России признаны несостоятельными в связи со следующим.

Согласно ст. 435 Гражданского кодекса Российской Федерации офертой признается адресованное одному или нескольким конкретным лицам предложение, которое достаточно определенно и выражает намерение лица, сделавшего предложение, считать себя заключившим договор с адресатом, которым будет принято предложение. При этом оферта должна содержать существенные условия договора.

В соответствии со ст. 437 Гражданского кодекса Российской Федерации реклама и иные предложения, адресованные неопределенному кругу лиц,

рассматриваются как приглашение делать оферты, если иное прямо не указано в предложении. Содержащее все существенные условия договора предложение, из которого усматривается воля лица, делающего предложение, заключить договор на указанных в предложении условиях с любым, кто отзовется, признается офертой (публичная оферта).

С учетом понятия рекламы, закрепленного в п. 1 ст. 3 Федерального закона «О рекламе», как информации, обладающей рядом признаков, адресованной неопределенному кругу лиц, реклама может признаваться только таким видом оферты, как публичная оферта.

Содержащая все существенные условия договора реклама, из которой усматривается воля лица, делающего предложение (рекламодателя), заключить договор на указанных в предложении условиях с любым, кто отзовется, признается офертой (публичная оферта).

Таким образом, установлено, что рассматриваемая реклама, содержащая все существенные условия договора розничной купли-продажи, является публичной офертой.

В соответствии со ст. 11 Федерального закона «О рекламе», если в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации реклама признается офертой, такая оферта действует в течение двух месяцев со дня распространения рекламы при условии, что в ней не указан иной срок.

Срок, в течение которого действуют цены на указанные в рекламе препараты, в рассматриваемой рекламе отсутствует.

Кроме того, в спорной рекламе отсутствует какое-либо указание на необходимость уточнения актуальных цен на препараты по приведенным в рекламе телефонам, а также отсутствует информация о том, что цены на препараты могут отличаться в зависимости от выбранной аптеки.

Таким образом, ООО «АПТЕКА — А.В.Е.» обязано в течение двух месяцев со дня распространения рекламы обеспечить соответствие отпускных цен на рекламируемые препараты ценам заявленным в рассматриваемой рекламе.

На основании изложенного, Комиссией Московского УФАС России при распространении в газете «Московский Комсомолец» (№ 13 (134) 24-30 января 2014 года), рекламы аптеки «ГорЗдрав», а также реализуемых указанной аптекой лекарственных препаратов, установлено нарушение п. 4 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с ч. 8 ст. 24 Федерального закона «О рекламе» реклама лекарственных препаратов в формах и дозировках, отпускаемых по рецептам на лекарственные препараты, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, а также медицинских изделий, для использования которых требуется специальная подготовка, 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.

Рассматриваемая реклама направлена на привлечение внимания, в том числе к лекарственным препаратам, отпускаемым по рецептам врача.

Так таблица «Цены на популярные препараты в аптеках ГОРЗДРАВ» содержит сведения о таких лекарственных препаратах как: амигренин, моноприл, найз, омник, сальбутамол.

В соответствии со сведениями Государственного реестра лекарственных средств названные препараты подлежат отпуску из аптек только по рецепту врача.

Таким образом, установлено, что в газете «Московский Комсомолец» (№ 13 (134) 24-30 января 2014 года) распространялась реклама лекарственных препаратов в формах и дозировках, отпускаемых по рецептам на лекарственные препараты.

Газета «Московский Комсомолец» согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации специализируется на распространении информации о политической, экономической, социальной, духовной жизни общества, а также на публикациях о молодежи и для молодежи.

Таким образом, установлено, что газета «Московский Комсомолец» не является специализированным печатным изданием, предназначенным для медицинских и фармацевтических работников.

Учитывая отсутствие ограничений по территории и месту распространения газеты «Московский Комсомолец», а следовательно ее доступность для неопределенного круга потребителей, представляется возможным сделать вывод о том, что названная газета не распространяется исключительно в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий.

Доводы представителя ООО «АПТЕКА — А.В.Е.» относительно того, что объектом рекламирования в спорной рекламе являются аптеки «ГорЗдрав», а наименования и цены на часть реализуемых аптеками лекарственных препаратов приведены исключительно с информационной целью, Комиссией Московского УФАС России отклонен в связи со следующим.

Учитывая наличие в спорной рекламе цен на реализуемые ООО «АПТЕКА — А.В.Е.» товары, приведенные в таблице «Цены на популярные препараты в аптеках ГОРЗДРАВ», а также утверждения «ВНИМАНИЕ! НЕ ПЕРЕПЛАЧИВАЙТЕ ЗА ЛЕКАРСТВА!», представляется возможным сделать вывод о привлечении рекламодателем внимания потенциальных потребителей к конкретным товарам, предлагаемым к продаже аптеками «ГорЗдрав» по привлекательным ценам.

Таким образом, объектом рекламирования в рассматриваемом случае является не только сеть аптек «ГорЗдрав», но и указанные в рекламе препараты.

На основании изложенного, Комиссией Московского УФАС России при распространении в газете «Московский Комсомолец» (№ 13 (134) 24-30 января 2014 года), рекламы аптеки «ГорЗдрав», а также реализуемых указанной аптекой лекарственных препаратов, установлено нарушение ч. 8 ст. 24

Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со ст. 3 Федерального закона «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, является ненадлежащей.

Таким образом, реклама аптеки «ГорЗдрав», а также реализуемых указанной аптекой лекарственных препаратов, распространенная в газете «Московский Комсомолец» (№ 13 (134) 24-30 января 2014 года), является ненадлежащей.

ООО «АПТЕКА — А.В.Е.» документы, свидетельствующие о прекращении распространения рекламы с нарушением п. 4 ч. 3 ст. 5, ч. 8 ст. 24 Федерального закона «О рекламе» не представлены.

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Целью выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе помимо пресечения выявленного нарушения является предупреждение аналогичных правонарушений в будущем.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи ООО «АПТЕКА — А.В.Е.» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 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 аптеки «ГорЗдрав», а также реализуемых указанной аптекой лекарственных препаратов, распространенную в газете «Московский Комсомолец» (№ 13 (134) 24-30 января 2014 года) ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования п. 4 ч. 3 ст. 5, ч. 8 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ООО «АПТЕКА — А.В.Е.» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в связи с истечением сроков привлечения к административной ответственности.

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

Председатель Комиссии (...)

Члены Комиссии (...)

(...)

(...)

(...)

Исполнитель: тел. 8 (495) 784-75-05 (доб. 159)