

ООО «ФЭШН ПРЕСС»

127018, г. Москва,
ул. Полковая, д. 3, стр. 1

ООО «ПАБЛИСИЗ ГРУПП
МЕДИА ЕВРАЗИЯ»

125190, г. Москва,
ул. Усиевича, д. 20, к. 1

119034, г. Москва,
ул. Тимура Фрунзе, 11, корп. 2

Представительство
АО «Санофи-авентис груп»

125009, г. Москва,
ул. Тверская, д. 22

РЕШЕНИЕ

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «12» февраля 2015 г.
В полном объеме решение изготовлено «01» апреля 2015 г.

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

председателя Комиссии – Н.В. Орлова,
членов Комиссии – П.В. Олейника, Н.М. Семеновой,
рассмотрев дело № 3-24-2/77-15 в отношении ООО «ФЭШН ПРЕСС», ООО «ПАБЛИСИЗ ГРУПП МЕДИА ЕВРАЗИЯ», Представительства АО «Санофи-авентис груп» по факту распространения рекламы «X PASS» в журнале «Популярная механика. Popular Mechanics», июнь 2014 г., на странице 57, с признаками нарушения пункта 3 части 2 статьи 5, части 8 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о

рекламе),

в присутствии:

- представителей Представительства АО «Санофи-авентис груп» в лице (...), (...) (по доверенности от 26.12.2014),

- представителя ООО «ПАБЛИСИЗ ГРУПП МЕДИА ЕВРАЗИЯ» в лице (...) (по доверенности от 05.02.2015),

в отсутствие представителя надлежащим образом уведомленного ООО «ФЭШН ПРЕСС»,

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-24-2/77-15 по признакам нарушения ООО «ФЭШН ПРЕСС», ООО «ПАБЛИСИЗ ГРУПП МЕДИА ЕВРАЗИЯ», Представительства АО «Санофи-авентис груп» положений Закона о рекламе при распространении в журнале «Популярная механика. Popular Mechanics», июнь 2014 г., на странице 57 рекламы «X PASS» выделено в отдельное производство Комиссией Московского УФАС России из дела № 3-24-79/77-14, возбужденного на основании Акта № 1 проверки хозяйствующего субъекта при осуществлении контроля за соблюдением Закона о рекламе (исх. № 08/24178 от 14.08.2014).

В рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения части 8 статьи 24 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы лекарственного препарата, отпускаемого по рецептам врачей, вне мест проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий и в неспециализированном печатном издании, предназначенном для медицинских и фармацевтических работников, а также признаки нарушения пункта 3 части 2 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы, 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 тождественен 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.

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, заслушав доводы представителей ООО «ПАБЛИСИЗ ГРУПП МЕДИА ЕВРАЗИЯ», Представительства АО «Санофи-авентис груп», оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

Согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС77-22128 от 24.10.2005, выданному Роскомнадзором, учредителем журнала «Популярная механика. Popular Mechanics» является ООО «ФЭШН

ПРЕСС» (127018, г. Москва, ул. Полковая, д. 3, стр. 1). В соответствии с графой «Примерная тематика и специализация», данное средство массовой информации является научно-популярным журналом. Объем рекламы не может превышать 40 %.

Комиссией Московского УФАС России установлено, что ООО «ФЭШН ПРЕСС» также является фактическим издателем журнала «Популярная механика. Popular Mechanics». Данный факт подтверждается выходными данными указанных журналов «Популярная механика. Popular Mechanics» и ООО «ФЭШН ПРЕСС» не оспаривается.

ООО «ФЭШН ПРЕСС»(адрес: 127018, г. Москва, ул. Полковая, д. 3, стр. 1) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, зарегистрировано и включено в Единый государственный реестр юридических лиц 28.08.2002 за основным государственным регистрационным номером 1027739120364, ИНН 7743002018, КПП 771501001.

ООО «ПАБЛИСИЗ ГРУПП МЕДИА ЕВРАЗИЯ»(адрес: 125190, г. Москва, ул. Усиевича, д. 20, к. 1) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, зарегистрировано и включено в Единый государственный реестр юридических лиц 10.01.2003 за основным государственным регистрационным номером 1037743000811, ИНН 7743068844, КПП 774301001.

Представительство АО «Санофи-авентис груп»(адрес: 125009, г. Москва, ул. Тверская, д. 22) внесено в сводный государственный реестр аккредитованных на территории Российской Федерации представительств иностранных компаний (разрешение ФБУ ГРП при Минюсте России от 16.11.2012 № 11772.2).

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе, рекламой является 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, объектом рекламирования является 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. В соответствии с пунктом 3 статьи 3 Закона о рекламе, товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Согласно пункту 16 информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе», информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

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 журнале «Популярная механика. Popular Mechanics», июнь 2014 г., на странице 57, распространялась следующая информация: «TRX-PASS.RU ВАШ ПРОПУСК В МИР НОВЫХ СЕКСУАЛЬНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ. ZENTIVA КОМПАНИЯ ГРУППЫ САНОФИ. 18+ РЕКЛАМА».

Указанная информация сопровождается изображением прямоугольного предмета серого цвета, на котором изображена стилизованная спираль, а также указаны обозначение «X PASS» и адрес сайта (www.trx-pass.ru).

В соответствии с пояснениями представителей ООО «ПАБЛИСИЗ ГРУПП МЕДИА ЕВРАЗИЯ», Представительства АО «Санofi-авентис групп», названная информация, размещенная в журнале «Популярная механика. Popular Mechanics», июнь 2014 г., на странице 57, является рекламой сайта www.trx-pass.ru, посвященного эректильной дисфункции.

Установлено, что сайт www.trx-pass.ru содержит информацию о проблеме эректильной дисфункции, размещенную в виде статей в разделах «Мужские новости», «Мужское здоровье» и «Мужское мнение». При этом, информация на каждой странице сайта сопровождается изображением прямоугольного предмета серого цвета, с нанесенной на него стилизованной спиралью (идентичного предмету, использованному в спорном рекламном модуле), на фоне аналогичной спирали, выполненной в желтом цвете. Данные изображения занимают не менее четверти общего объема страницы сайта и размещаются в его верхней части.

Для перехода в разделы «Мужские новости», «Мужское здоровье» и «Мужское мнение» пользователю необходимо нажать на соответствующую ссылку, размещенную в верхней части страницы сайта.

Также, на сайте имеется раздел «Для специалистов», содержащий сведения о препарате «Таксиер». Переход в раздел «Для специалистов» возможен как путем прямого захода в соответствующий раздел (по аналогии с другими разделами сайта), так и путем нажатия на ссылку «Вход для специалистов», размещенную на каждой странице рассматриваемого сайта.

Стоит отметить, что ссылка «Вход для специалистов» выполнена в виде прямоугольника желтого цвета, хорошо выделяющегося на общем фоне страниц сайта www.trx-pass.ru. При этом, размер указанной ссылки превышает размеры ссылок, ведущих в основные разделы сайта.

Представляется обоснованным, что размещение на каждой странице

сайта дублирующих ссылок, ведущих в раздел «Для специалистов», а также манера их исполнения, направлены на привлечение внимания наибольшего количества посетителей сайта к соответствующему разделу.

При переходе в раздел «Для специалистов» посетителю сайта демонстрируется предупреждение о том, что размещенная в разделе информация предназначена для специалистов здравоохранения — медицинских и фармацевтических работников. Между тем, данное предупреждение является формальным и не влечет реальное ограничение доступа к размещенной в разделе информации.

Таким образом, любой посетитель сайта, в том числе и не являющийся медицинским и/или фармацевтическим работником, имеет возможность беспрепятственно зайти в раздел и ознакомиться с размещенной в нем информацией.

Информация, размещенная в разделе «Для специалистов» представляет собой описание препарата «Таксиер», представленного в виде инструкции по применению названного препарата, и сопровождается изображением его упаковки.

При этом, упаковка препарата «Таксиер» выполнена в сером цвете и содержит изображение стилизованной спирали желтого цвета, схожей со спиралью, являющейся частью оформления всех страниц сайта www.trx-pass.ru спиралью, нанесенной на прямоугольный предмет серого цвета, использованный в спорной рекламе.

Таким образом, при оформлении спорного макета, сайта www.trx-pass.ru, а также упаковки препарата «Таксиер», использованы идентичные, либо схожие элементы, что образует ассоциативную связь между упомянутыми объектами. Данный эффект достигается благодаря многократному повторению на каждом из информационных носителей яркого, хорошо запоминающегося объекта (стилизованной спирали).

Согласно письменным пояснениям Представительства АО «Санофи-авентис групп», использованный в рассматриваемом макете прямоугольный предмет серого цвета, на котором изображена стилизованная спираль, призван символизировать «пропуск в мир сексуальных возможностей» и не имеет визуального сходства с упаковкой препарата «Таксиер».

Учитывая данные пояснения Представительства АО «Санофи-авентис групп», представляется очевидным, что, размещая спорную информацию в журнале «Популярная механика. Popular Mechanics», июнь 2014 г., рекламодатель привлекал внимание к информации, благодаря ознакомлению с которой потенциальный потребитель мог получить «пропуск в мир сексуальных возможностей».

Между тем, сами по себе сведения о эректильной дисфункции, размещенные на сайте www.trx-pass.ru, не могут являться таким «пропуском» в связи со следующим.

Большинство статей, размещенных на рассматриваемом сайте, не имеют

своей целью распространение информации о эректильной дисфункции и носят развлекательный характер.

Так, на сайте размещены такие статьи как: «Моя девушка невидимка», посвященная мобильному приложению; «Окрыляющие возможности», посвященная летающему автомобилю «Terrafugia Transition»; «Хоккеист, который смог», посвященная достижениям хоккеиста Сергея Бобровского и др.

Сведения, направленные на ознакомление посетителей сайта www.trx-pass.ru проблемой эректильной дисфункции размещены только в разделе «Мужское здоровье» и представляют собой краткое описание признаков проблемы, а также рекомендацию обращаться к врачу в случае наличия соответствующего расстройства. Какие-либо способы профилактики или лечения, применяемые при эректильной дисфункции, как в разделе «Мужское здоровье», так и в иных разделах сайта не приведены.

Вместе с тем, препарат «Таксиер», информация о котором размещалась на сайте www.trx-pass.ru в разделе «Для специалистов», предназначен для лечения названного расстройства, т. е. может служить своего рода «пропуском в мир сексуальных возможностей».

Учитывая схожесть оформления упаковки препарата «Таксиер» и рассматриваемых сайта и рекламного макета, представляется очевидным, что рекламодатель, избрав вышеописанный способ подачи информации, стремился привлечь внимание потенциальных потребителей к препарату «Таксиер».

При этом, скрытый способ доведения до сведения потребителей информации о данном препарате, а именно отсутствие прямого упоминания препарата в рекламном макете, объясняется нормативным запретом на распространение рекламы лекарственных препаратов, отпускаемых по рецепту врача, среди лиц, не являющихся медицинскими и/или фармацевтическими работниками.

Таким образом, несмотря на отсутствие полного визуального сходства между предметом, символизирующим «пропуск в мир сексуальных возможностей» и упаковкой препарата «Таксиер», Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что в рассматриваемом случае объектами рекламирования выступают как сайт www.trx-pass.ru, так и препарат «Таксиер».

Согласно письменным пояснениям Представительства АО «Санофи-авентис групп», сведения о препарате «Таксиер», размещенные на сайте в разделе «Для специалистов» не были предназначены для неопределенного круга лиц, а являлись информацией направленной на медицинских и фармацевтических работников, о чем свидетельствует соответствующее предупреждение, появляющееся при переходе в раздел «Для специалистов». Кроме того, сайт www.trx-pass.ru не является единственным информационным ресурсом Представительства АО «Санофи-авентис групп». Названной компанией в просветительских целях были созданы и иные сайты, посвященные тем или иным заболеваниям (shagbezboli.ru, shkoladiabeta.ru и пр.), на которых также

имеется раздел для медицинских работников.

Оценив указанные доводы Представительства АО «Санофи-авентис групп», Комиссия Московского УФАС России считает необходимым отметить следующее.

Как было установлено выше, наличие на сайте www.trx-pass.ru предупреждения о том, что размещенная в разделе «Для специалистов» информация предназначена для специалистов сферы здравоохранения, при отсутствии функционального ограничения доступа к такой информации иных лиц не может быть признано достаточной мерой, направленной на ограничение доступа к сведениям о рецептурном препарате.

Вместе с тем, оформление и содержание сайта www.trx-pass.ru явно направлено на привлечение внимания к препарату «Таксиер».

Кроме того, антимонопольным органом установлено, что информационное наполнение иных сайтов компании «Санофи» и ее подразделений по структуре и содержанию отличается от сайта www.trx-pass.ru.

Так, сайт shagbezboli.ru, посвященный заболеваниям суставов, и сайт shkoladiabeta.ru, посвященный сахарному диабету, содержат обширную информацию о соответствующих расстройствах здоровья, в том числе о методах лечения и профилактики. Данные ресурсы имеют просветительский характер и не содержат развлекательный контент.

Стоит отметить, что на сайтах shagbezboli.ru и shkoladiabeta.ru присутствуют разделы, содержание которых предназначено для специалистов сферы здравоохранения. Между тем, вход в такие разделы функционально ограничен и без авторизации невозможен.

Резюмируя изложенное, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что информация, размещенная в журнале «Популярная механика. Popular Mechanics», июнь 2014 г., на странице 57 является непосредственно рекламой сайта www.trx-pass.ru и опосредованно - препарата «Таксиер».

В соответствии с частью 8 статьи 24 Закона о рекламе (в редакции с 01.01.2014 до 29.06.2014 включительно), 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.

В соответствии с частью 8 статьи 24 Закона о рекламе (в редакции с 30.06.2014), реклама лекарственных препаратов в формах и дозировках, отпускаемых по рецептам на лекарственные препараты, 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.

Согласно данным государственного реестра лекарственных средств, препарат «Таксиер» является рецептурным лекарственным препаратом, предназначенным для лечения эректильной дисфункции.

Таким образом, установлено нарушение части 8 статьи 24 Закона о рекламе при распространении в журнале «Популярная механика. Popular Mechanics», июнь 2014 г., на странице 57 рекламы лекарственного препарата «Таксиер».

В соответствии с пунктом 3 части 2 статьи 5 Закона о рекламе, недобросовестной 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.

Учитывая отсутствие в рассматриваемой рекламе товарного знака или знака обслуживания, который тождествен или сходен до степени смешения с товарным знаком или знаком обслуживания товара (препарата «Таксиер»), в отношении рекламы которого установлены соответствующие требования и ограничения, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу об отсутствии нарушения пункта 3 части 2 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, является ненадлежащей.

Таким образом, реклама сайта www.trx-pass.ru и препарата «Таксиер» в журнале «Популярная механика. Popular Mechanics», июнь 2014 г., на странице 57 является ненадлежащей.

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является изготовитель или продавец товара, либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Установлено, что размещение спорной рекламы в журнале «Популярная механика. Popular Mechanics», июнь 2014 г. осуществлялось на основании агентского договора № 1-SP от 25.06.2014, заключенного между Представительством АО «Санофи-авентис групп» и ООО «Паблисиз Групп Медиа Евразия».

Предметом агентского договора № 1-SP от 25.06.2014 является осуществление ООО «Паблисиз Групп Медиа Евразия» юридических и иных действий, направленных на проведение переговоров и закупку рекламного времени и/или пространства, необходимых Представительству АО «Санофи-авентис групп» для осуществления своих рекламных и коммуникационных

активностей на территории Российской Федерации.

В соответствии с приложением № 14PR к агентскому договору № 1-SP от 25.06.2014, размещение спорной рекламы осуществлялось в журнале «Популярная механика. Popular Mechanics», июнь 2014 г.

На основании изложенного и учитывая то обстоятельство, что размещение спорной рекламы в журнале «Популярная механика. Popular Mechanics», июнь 2014 г. осуществлялось в интересах и по заказу Представительства АО «Санофи-авентис групп», должностное лицо Московского УФАС России приходит к выводу о том, что рекламодателем спорной рекламы является Представительство АО «Санофи-авентис групп».

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламодателем является лицо, осуществляющее фактическое доведение информации об объекте рекламирования до сведения потребителя.

Комиссией Московского УФАС России установлено, что журнал «Популярная механика. Popular Mechanics», являющийся средством массовой информации, предназначен для неопределенного круга лиц, свободно распространяется на территории, в том числе города Москвы, не является изданием, специализирующимся на сообщениях рекламного характера.

Учредителем и издателем журнала «Популярная механика. Popular Mechanics», как установлено ранее, является ООО «ФЭШН ПРЕСС».

Резюмируя изложенное, рекламодателем указанной рекламы является ООО «ФЭШН ПРЕСС».

Согласно частям 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных частью 8 статьи 24 Закона о рекламе, несут рекламодатель и рекламодатель.

Таким образом, установлено нарушение ООО «ФЭШН ПРЕСС», Представительством АО «Санофи-авентис групп» части 8 статьи 24 Закона о рекламе при распространении в журнале «Популярная механика. Popular Mechanics», июнь 2014 г., на странице 57 рекламы лекарственного препарата «Таксиер».

Сторонами по делу не представлены доказательства, безусловно свидетельствующие о прекращении нарушения части 8 статьи 24 Закона о рекламе при распространении спорной рекламы.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи ООО «ФЭШН ПРЕСС», ООО «ПАБЛИСИЗ ГРУПП МЕДИА ЕВРАЗИЯ», Представительству АО «Санофи-авентис групп» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 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 Российской Федерации от 17 августа 2006 года № 508,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу «X PASS» в журнале «Популярная механика. Popular Mechanics», июнь 2014 г., на странице 57, в связи с нарушением требований части 8 статьи 24 Закона о рекламе.
2. Признать в действиях ООО «ФЭШН ПРЕСС», Представительства АО «Санофи-авентис груп» по размещению, распространению рекламы «X PASS» в журнале «Популярная механика. Popular Mechanics», июнь 2014 г., на странице 57, нарушение части 8 статьи 24 Закона о рекламе.
3. Выдать ООО «ФЭШН ПРЕСС» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
4. Выдать ООО «ПАБЛИСИЗ ГРУПП МЕДИА ЕВРАЗИЯ» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
5. Выдать Представительству АО «Санофи-авентис груп» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
6. 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.

Решение может быть обжаловано в течение трех месяцев со дня его принятия в Арбитражный суд г. Москвы в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

Н.В. Орлов

Члены Комиссии

П.В. Олейник

Н.М. Семенова

