

ПОСТАНОВЛЕНИЕ
о назначении административного наказания по делу
об административном правонарушении № 4-14.3-301/77-15

«15» мая 2015 года

г. Москва

Я, <...>, рассмотрев протокол от 30.04.2015 и материалы дела № 4-14.3-301/77-15 об административном правонарушении, возбужденного в отношении ООО «ФЭШН ПРЕСС», в связи с нарушением части 8 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившимся в распространении в журнале «Популярная механика. Popular Mechanics», июнь 2014 г. рекламы лекарственного препарата «Таксиер» в форме и дозировке, отпускаемого по рецептам на лекарственные препараты, вне мест проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий и не в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях, ответственность за которое предусмотрена частью 5 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ), в отсутствие представителя ООО «ФЭШН ПРЕСС», надлежащим образом уведомленного о дате, месте и времени рассмотрения дела об административном правонарушении,

УСТАНОВИЛ:

ООО «ФЭШН ПРЕСС» распространило в журнале «Популярная механика. Popular Mechanics», июнь 2014 г., на странице 57 рекламу «X PASS» (лекарственного препарата «Таксиер»).

Решением Комиссии Московского УФАС России от 01.04.2015 по делу № 3-24-2/77-15 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе при распространении рекламы «X PASS» (лекарственного препарата «Таксиер») в журнале «Популярная механика. Popular Mechanics», июнь 2014 г., на странице 57 установлен факт нарушения части 8 статьи 24 Закона о рекламе, выразившийся в распространении рекламы лекарственного препарата в форме и дозировке, отпускаемого по рецептам на лекарственные препараты, вне мест проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий и не в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях.

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. Полковная, 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 %.

Установлено, что ООО «ФЭШН ПРЕСС» также является фактическим издателем журнала «Популярная механика. Popular Mechanics», что

подтверждается выходными данными указанного журнала.

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).

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 и 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 рекламодателя рассматриваемой рекламы (Представительство АО «Санофи-авентис групп»), представленным в материалы дела № 3-24-2/77-15, 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 с 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», должностное лицо 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».

Резюмируя изложенное, установлено, 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 4 статьи 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, является ненадлежащей.

Таким образом, реклама лекарственного препарата «Таксиер», распространенная в журнале «Популярная механика. Popular Mechanics», июнь 2014 г., на странице 57 является ненадлежащей.

Местом совершения административного правонарушения является территория распространения журнала «Популярная механика. Popular Mechanics», июнь 2014 г., в том числе город Москва.

Время совершения административного правонарушения — 20.05.2014 (первый день распространения спорной рекламы в журнале «Популярная механика. Popular Mechanics», июнь 2014 г.).

Согласно части 7 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных частью 8 статьи 24 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

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.

Согласно положениям статьи 2 Закона Российской Федерации от

27 декабря 1991 года № 2124-1 «О средствах массовой информации», под распространителем понимается лицо, осуществляющее распространение продукции средства массовой информации по договору с редакцией, издателем или на иных законных основаниях.

Рекламораспространителем является лицо, осуществляющее фактическое доведение объекта рекламирования до сведения потребителя.

Как было установлено выше ООО «ФЭШН ПРЕСС» является учредителем и издателем журнала «Популярная механика. Popular Mechanics».

Резюмируя изложенное, должностное лицо Московского УФАС России приходит к выводу о том, что рекламораспространителем спорной рекламы является ООО «ФЭШН ПРЕСС».

Таким образом, ответственность за нарушение части 8 статьи 24 Закона о рекламе несет ООО «ФЭШН ПРЕСС».

В соответствии с ч. 1 ст. 2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое КоАП РФ или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

В соответствии с ч. 2 ст. 2.1 КоАП РФ юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых КоАП РФ или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Вина ООО «ФЭШН ПРЕСС» состоит в распространении рекламы лекарственного препарата «Таксиер» в журнале «Популярная механика. Popular Mechanics», июнь 2014 г., на странице 57, с нарушением требований части 8 статьи 24 Закона о рекламе. Должностным лицом Московского УФАС России не установлено объективных обстоятельств, делающих невозможным соблюдение указанных требований.

Ответственность за невыполнение требований установленных частью 8 статьи 24 Закона о рекламе, предусмотрена частью 5 статьи 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с частью 5 статьи 14.3 КоАП РФ, нарушение установленных законодательством о рекламе требований к рекламе лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, в том числе методов лечения, а также биологически активных добавок - влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от десяти тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от двухсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, обстоятельств, смягчающих административную ответственность ООО «ФЭШН ПРЕСС», не установлено.

Таким образом штраф, подлежащий взысканию, составляет 200 000 рублей.

Руководствуясь статьями 33, 38 Закона о рекламе, статьями 4.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

За нарушение части 5 статьи 14.3 КоАП РФ назначить ООО «ФЭШН ПРЕСС» (адрес: 127018, г. Москва, ул. Полковая, д. 3, стр. 1, ОГРН 1027739120364, ИНН 7743002018, КПП 771501001) административное наказание в виде административного штрафа в размере 200 000 (двести тысяч) рублей.

Согласно части 1 статьи 32.2 КоАП РФ, административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 КоАП РФ.

В соответствии с частью 5 статьи 32.2 КоАП РФ, при отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, и информации об уплате административного штрафа в Государственной информационной системе о государственных и муниципальных платежах, по истечении срока, указанного в части 1 статьи 32.2 КоАП РФ, судья, орган, должностное лицо, вынесшие постановление, направляют в течение десяти суток постановление о наложении административного штрафа с отметкой о его неуплате судебному приставу-исполнителю для исполнения в порядке, предусмотренном федеральным законодательством.

В соответствии с частью 5 статьи 3.5 КоАП РФ, сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме.

Суммы штрафов, уплаченных за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, зачисляются в соответствующие бюджеты в соотношении:

- 40% в Федеральный бюджет;
- 60% в бюджет субъекта Российской Федерации, на территории которого зарегистрировано ООО «ФЭШН ПРЕСС», перечислением через банк, обслуживающий хозяйствующий субъект.

Реквизиты для уплаты административных штрафов, предусмотренных за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе (квитанция прилагается):

Получатель: УФК МФ РФ по г. Москве (для Московского УФАС России)
Банк получателя: Отделение 1 Главного управления Центрального банка Российской Федерации по Центральному Федеральному округу г. Москва (краткое: Отделение 1 Москва)
ИНН 7706096339
КПП 770101001
БИК 044583001
р/с 40101810800000010041
КБК 161 1 16 26000 01 6000140
ОКТМО 45375000
Назначение платежа: административный штраф по делу № 4-14.3-301/77-

15.

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП РФ, неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа.

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ, постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражном суде в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

В соответствии с пунктом 1 статьи 31.1 КоАП РФ, постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

Приложение на 1 листе.