



## УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

### ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА №066/05/5-2008/2023 И НАЗНАЧЕНИИ ДЕЛА К РАССМОТРЕНИЮ

07 июня 2023 г.

г. Екатеринбург

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе <...> (заместитель руководителя Управления), рассмотрев заявление физического лица (вх.№10530-ЭП/23 от 15.05.2023), перенаправленное ФАС России, с жалобой на распространение рекламы препарата «Простосорб» на сайте <https://chel.zhivika.ru/cart> с признаками нарушения п.2 ч.3 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

### УСТАНОВИЛ:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области поступило заявление физического лица (вх.№10530-ЭП/23 от 15.05.2023), перенаправленное ФАС России, с жалобой на распространение рекламы препарата «Простосорб», содержащей словосочетание «Современный и безопасный синоним», которая появилась в виде всплывающего баннера при заказе заявителем через личный кабинет на сайте <https://chel.zhivika.ru/cart> иного препарата - «Полисорб», что, по мнению заявителя, является недобросовестной рекламой в нарушение требований Закона о рекламе:

The screenshot shows the website interface for Zhivika. At the top, there is a navigation bar with the location 'ЧЕЛЯБИНСК', a button to 'ЗАКАЗАТЬ ОБРАТНЫЙ ЗВОНОК', and contact information. Below this is a search bar with the text 'Название или симптом' and a dropdown menu showing 'ВЫБРАНО (9)'. A navigation menu includes 'БРОНИРОВАНИЕ ЛЕКАРСТВ', 'ДОСТАВКА ЛЕКАРСТВ', 'АДРЕСА', 'НОВОСТИ', 'СКИДКИ И АКЦИИ', 'АРЕНДОДАТЕЛЯМ', and 'ОРГАНИЗАЦИЯМ'. The main content area is titled 'Оформление заказа' and displays a shopping cart. The cart contains one item: 'Полисорб мп пор-к 50г бан. (Кремния диоксид коллоидный)' priced at 528.20 Р. Below the item, there are options for 'Доставка' (unchecked) and 'Бронь в аптеке' (checked). A total price of 528.20 Р is shown. A promotional offer is highlighted in a green box: 'Современный и безопасный синоним' (Простосорб) for 311.20 Р/уп, with a benefit of 217 Р and a bonus of 31. The offer includes buttons for 'Заменить' and 'Скрыть'. A summary box on the right shows the total price of 528.20 and a button to 'Оформить заказ'.

Свердловским УФАС России установлено, что аналогичная информация в виде всплывающего баннера появляется при заказе препарата «Полисорб» на сайте <https://zhivika.ru/> без захода в личный кабинет.

The screenshot shows the Zhivika website interface. At the top, there is a navigation bar with the city 'ЕКАТЕРИНБУРГ', a 'КАТАЛОГ' button, and contact information including a phone number '(343) 216-16-16' and a 'ВОЙТИ' button. The main header features the Zhivika logo and a search bar with the text 'Название или симптом'. Below the header, there are several menu items: 'БРОНИРОВАНИЕ ЛЕКАРСТВ', 'ДОСТАВКА ЛЕКАРСТВ', 'АДРЕСА', 'НОВОСТИ', 'СКИДКИ И АКЦИИ', 'АРЕНДОДАТЕЛЯМ', and 'ОРГАНИЗАЦИЯМ'. The main content area displays a shopping cart item: 'Полисорб мп пор-к 25г бан. (Кремния диоксид коллоидный)' for 229.90 RUB. Below this, there is a recommendation for 'Простосорб пор-к д/приг.сусп. д/вн.прим. 25г банка (Кремния диоксид коллоидный)' for 249.00 RUB/уп, with a '+25 БОНУСОВ' and '+КАРТА КЛИЕНТА' offer. A 'Заменить' button is visible. On the right, a summary box shows 'Итого 229.90' and a 'Оформить заказ' button.

В соответствии с п.1 ст.3 Закона о рекламе **реклама** - это 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.

Согласно п.2 ст.3 Закона о рекламе **объект рекламирования** - это 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.

Реклама должна формировать или поддерживать интерес к объекту рекламирования. Чтобы информация могла считаться рекламой, она должна целенаправленно представить вниманию потребителей объект рекламы. Признаком рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, формировать к нему положительное отношение и закреплять его образ в памяти потребителя. Под рекламой следует понимать сведения, распространяемые исключительно для формирования и поддержания интереса к юридическому или физическому лицу, его товарам, идеям и начинаниям. Реклама призвана способствовать реализации товаров, идей и начинаний. Реклама должна влиять на мотивацию потребителя при выборе товара и побуждать его совершить определенные действия в отношении объекта рекламирования, вступить в конкретные правоотношения купли-продажи по поводу рекламируемой продукции. Такая способность является отличительной чертой рекламы.

По мнению ФАС России системный анализ гражданского законодательства Российской Федерации свидетельствует о том, что объектом рекламирования может выступать тот **товар**, предназначенный для продажи или иного введения в гражданский оборот, который **можно индивидуализировать, выделить среди однородной группы товаров**. Соответственно, реклама товара всегда представляет собой **информацию о конкретном товаре, который можно индивидуализировать внутри группы однородных товаров**. Рекламой признается информация, позволяющая четко обозначить, индивидуализировать конкретный объект рекламирования,

выделить его среди однородных товаров и сформировать к нему интерес в целях продвижения на рынке.

По мнению ФАС России к рекламе относятся направленные на продвижение на рынке адресованные неопределенному кругу лиц сведения о:

- наименовании товара и/или его описании, характеристиках, свойствах,
- наименовании юридического лица или названии его торгового предприятия, в том числе с указанием профиля его деятельности, контактной информацией,
- результатах интеллектуальной деятельности, в частности произведениях науки, литературы и искусства; программах для электронных вычислительных машин; базах данных; изобретениях,
- названии мероприятия любого характера (культурном, спортивном и т.п.), его описании, в том числе о месте и сроках его проведения.

При этом, указание исключительно на профиль деятельности организации «Аптека», «Супермаркет», «Салон красоты» (т.е. без указания обозначения, индивидуализирующего данную организацию, - наименования, товарного знака), не подпадает под понятие рекламы.

В рассматриваемом случае сообщение, появляющееся на сайте в виде всплывающего баннера содержит информацию о конкретном товаре - «*Простосорб*», о его характеристиках - «*Современный и безопасный синоним*», о его преимуществах по сравнению с выбранным потребителем препаратом «Полисорб» - «*Выгода 217 руб.*» следовательно, данная информация является рекламой.

Однако в соответствии с п.3 ч.2 ст.2 Закона о рекламе данный Федеральный закон не распространяется на справочно-информационные и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой.

Учитывая изложенное, информация, содержащая одинаковый набор сведений об организациях и оказываемых ими услугах, размещенная на сайте в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», представляющей собой каталог, носит справочно-информационный характер, поскольку направлена на извещение потребителей о существовании того или иного товара, предлагаемого к продаже.

При размещении кратких, информационных сведений такая задача, стоящая перед рекламой, как информирование и поддержание интереса к конкретному юридическому лицу и его товару, не выполняется, поскольку подобная информация, размещенная среди таких же однородных сведений многих юридических лиц, не позволяет выделить какое-либо одно лицо, товар и сформировать к нему интерес.

По мнению ФАС России, также не является рекламой информация о производимых или реализуемых товарах, размещенная на официальном сайте производителя или продавца данных товаров, а также на страницах производителя или продавца данных товаров в социальных сетях в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», в официальном приложении для мобильных устройств, если указанные сведения предназначены для информирования посетителей сайта, соответствующей страницы в социальной сети, мобильного приложения об ассортименте своих товаров, условиях их приобретения, ценах и скидках, правилах пользования, также не является рекламой информация о хозяйственной деятельности компании, акциях и мероприятиях, проводимых данной компанией, контрагентах (партнерах) данной компании и т.п., следовательно, на такую информацию положения Федерального закона «О рекламе» не распространяются.

Однако в отдельных случаях, когда размещаемая на сайте в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», на странице в социальных сетях либо в официальном приложении для мобильных устройств информация **направлена** не столько на информирование потребителя об ассортименте своих товаров, работ, услуг или деятельности компании, в том числе о контрагентах (партнерах) данной компании, сколько **на привлечение внимания к конкретному товару, работе, услуге и их выделение среди однородных товаров, работ, услуг (например, путем размещения на сайте или в мобильном приложении всплывающего баннера либо стационарного баннера, размещаемого на каждой странице сайта или приложения и не связанного с содержанием таких страниц и т.п.)**, такая информация может быть признана рекламой, и на такую информацию распространяются требования Закона о рекламе.

ФАС России в ответ на запрос Свердловского УФАС России сообщила (вх.№11961-ЭП/23 от 01.06.2023), что информация о препарате «Простосорб», размещенная на сайте в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» по адресу: <https://zhivika.ru> с использованием всплывающих баннеров, является рекламой и должна распространяться с соблюдением требований Закона о рекламе.

Таким образом, на сайте <https://zhivika.ru/> как в личном кабинете заявителя, так и без захода в личный кабинет была распространена реклама лекарственного препарата «Простосорб».

Согласно п.2 ч.3 ст.5 Закона о рекламе **недостовойной** признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

В рекламе указано, что препарат «Простосорб» - «Современный и **безопасный** синоним» (по отношению к препарату «Полисорб»).

«Безопасный» - не причиняющий вреда; безвредный (см. Словарь русского языка: В 4-х т. / РАН, Ин-т лингвистич. исследований; Под ред. А. П. Евгеньевой. — 4-е изд., стер. — М.: Рус. яз.; Полиграфресурсы, 1999, <https://kartaslov.ru>).

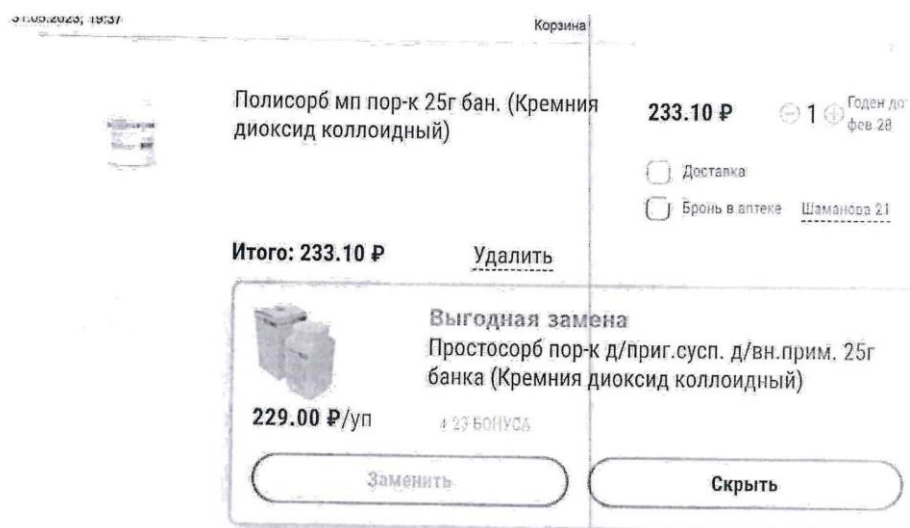
Между тем, согласно **инструкции** к лекарственному препарату «Простосорб» ([https://grls.rosminzdrav.ru/Grls\\_View\\_v2.aspx?routingGuid=abd1d50a-f2ee-4706-a6ec-d5c7f38b60e8](https://grls.rosminzdrav.ru/Grls_View_v2.aspx?routingGuid=abd1d50a-f2ee-4706-a6ec-d5c7f38b60e8)) **данный препарат имеет противопоказания** (язвенная болезнь желудка и двенадцатиперстной кишки в фазе обострения, кровотечения из желудочно-кишечного тракта, атония кишечника, индивидуальная непереносимость препарата) **и побочное действие** (аллергическая реакция, диспепсия, запоры).

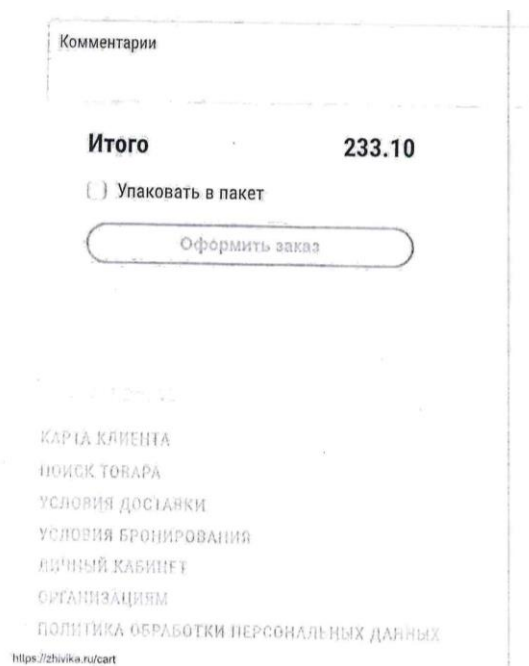
Ответственность за нарушение требований, установленных ч.3 ст.5 Закона о рекламе, несет рекламодатель (ч.6 ст. 38 Закона о рекламе).

Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (п.5 ст.3 Закона о рекламе).

Как следует из информации, размещенной на сайте <https://cctld.ru>, администратором домена zhivika.ru является ООО «Живика центр».

На запрос Управления о предоставлении информации о рекламодателе спорной рекламы **ООО «Живика центр»** сообщило (вх.№11902-ЭП/23 от 01.06.2023), что информация в отношении лекарственного препарата «Простосорб» была размещена по инициативе аптечной сети «Живика» как сервисная функция, которая помогает покупателю сэкономить денежные средства при покупке синонимичного товара, договор с каким-либо рекламодателем отсутствует. В свою очередь «всплывающая» фраза: «Современный и безопасный» исключена в день получения письма СВ/9327/23 от 18.05.2023. В качестве подтверждения представлена вторая страница заказа (скриншот):





Положения статьи 2 Федерального закона от 27.07.2006 №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» устанавливают, что сайтом в сети «Интернет» является совокупность программ для электронных вычислительных машин и иной информации, содержащейся в информационной системе, доступ к которой обеспечивается посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» по доменным именам и (или) по сетевым адресам, позволяющим идентифицировать сайты в сети «Интернет». Доменным именем является обозначение символами, предназначенное для адресации сайтов в сети «Интернет» в целях обеспечения доступа к информации, размещенной в сети «Интернет».

Владелец сайта в сети «Интернет» - лицо, самостоятельно и по своему усмотрению определяющее порядок использования сайта в сети «Интернет», в том числе порядок размещения информации на таком сайте.

На основании вышеизложенного, предполагаемым рекламодателем спорной рекламы является ООО «Живика центр», которое несет ответственность за доступ к принадлежащим ему сайтам <https://zhivika.ru/> и <https://chel.zhivika.ru/cart> и их использование в целях распространения рекламы.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 24, 25 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утв. Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922,

#### ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу №066/05/5-2008/2023 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

- заявитель: **физическое лицо**,

- лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства:

**ООО «Живика центр»** (620143, г. Екатеринбург, ул. Уральских рабочих, д. 28, помещение 91, ОГРН: 1086673012690, дата присвоения ОГРН: 26.08.2008, ИНН: 6673189449, КПП: 668601001).

3. Назначить дело к рассмотрению на **23 июня 2023 г. в 10 час. 00 мин.** (время местное, московское время 08-00) по адресу: г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, 3 этаж, зал заседания комиссии (каб. 314) путем проведения видеоконференцсвязи через систему TrueConf, для участия в которой в указанное время необходимо перейти по ссылке <https://fas2.tconf.rt.ru/c/8894026411>

Руководство участника видеоконференцсвязи размещено по ссылке: <https://sverdlovsk.fas.gov.ru/news/11212>.

Подключение и исправность технических устройств связи необходимо проверить заблаговременно, до начала рассмотрения дела. Документы, подтверждающие полномочия лиц, участвующих в рассмотрении дела, и документы, удостоверяющие их личность, необходимо направить заблаговременно по адресу электронной почты – [to66@fas.gov.ru](mailto:to66@fas.gov.ru) (с сопроводительным письмом, в котором указать номер данного дела и исходящий номер данного документа).

5. **ООО «Живика центр»** на основании ст.34 Закона о рекламе представить в Свердловское УФАС России в срок **до 20 июня 2023 г.** следующие документы и сведения:

- 1) копию утвержденного макета рекламы;
- 2) сведения о периоде распространения спорной рекламы;
- 3) сведения о стоимости рекламной кампании;
- 4) письменное объяснение по факту распространения рекламы с признаками нарушения рекламного законодательства, а именно, п.2 ч.3 ст.5 Закона о рекламе.

*Явка лиц, участвующих в деле, для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна.*

Председатель Комиссии

<...>