



**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ
ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

РЕШЕНИЕ

по делу №066/05/5-2008/2023

Резолютивная часть объявлена 09.08.2023

В полном объеме изготовлено 11.08.2023

11.08.2023

г. Екатеринбург

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области по рассмотрению дел о нарушениях законодательства о рекламе в составе (Приказ Свердловского УФАС России от 08.06.2023 №248/23):

председатель Комиссии

<...> – заместитель руководителя управления,

члены Комиссии

<...> – начальник отдела контроля органов власти,

<...> – заместитель начальника отдела контроля органов власти,

при участии:

при участии:

заявитель: **физическое лицо**, извещено, участие не обеспечено,

- 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) – <...> (доверенность от 01.01.2020 №15),

рассмотрев дело №066/05/5-2008/2023 по факту распространения с декабря 2022 г. по 18.05.2023 рекламы лекарственного препарата «Простосорб» на сайте <https://chel.zhivika.ru/cart> с признаками нарушения п.2 ч.3 ст.5, п.1 ч.2 ст.5, ч.7 ст.24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛА:

Дело №066/05/5-2008/2023 по признакам нарушения рекламного законодательства возбуждено Определением от 07.06.2023 (исх.№ДШ/10860/23 от 07.06.2023) по итогам рассмотрения заявления физического лица (вх.№10530-ЭП/23 от 15.05.2023), перенаправленного ФАС России, и назначено к рассмотрению на 23.06.2023. Определением от 23.06.2023 (исх.№ДШ/12419/23 от 27.06.2023) рассмотрение дела отложено на 09.08.2023 в 11-00 для участия в которой в указанное время необходимо было перейти по ссылке <https://fas2.tconf.rt.ru/c/1671185366>

Заявитель указал (вх.№10530-ЭП/23 от 15.05.2023) о распространении рекламы препарата «Простосорб», содержащей словосочетание «Современный и **безопасный** синоним», которая появилась в виде всплывающего баннера при заказе им 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.

ООО «Живика Центр» в письменных объяснениях (вх.№13404-ЭП/23 от 20.06.2023) сообщило следующее.

Основанием для возбуждения послужила жалоба физического лица в адрес Свердловского УФАС России на распространение информации на сайте zhivika.ru в виде всплывающего баннера

в отношении лекарственного препарата «Простосорб», содержащего словосочетание «Современный и безопасный синоним» на фоне иного препарата «Полисорб».

По мнению заявителя и УФАС по Свердловской области, в данном случае усматриваются признаки нарушения требований Закона о рекламе.

Сайт zhivika.ru содержит информацию о свойствах, качествах, производителях лекарственных препаратов и парафармацевтической продукции. ООО «Живика Центр» рассматривает использование и наличие сайта не как средство для извлечения прибыли и привлечения клиентов, а как информационную площадку в совокупности с набором инструментов для быстрого поиска необходимого товара, информации по конкретному товару, обязательного информирования населения о лекарственных препаратах, в том числе и доступными по цене, но не менее качественными, руководствуясь следующим.

Согласно п.п. 53-54 Правил надлежащей аптечной практики лекарственных препаратов для медицинского применения, утв. Приказом Минздрава России от 31.08.2016 №647н, розничная торговля товарами аптечного ассортимента включает продажу, отпуск, фармацевтическое консультирование. При реализации лекарственных препаратов фармацевтический работник не вправе скрывать от покупателя информацию о наличии иных лекарственных препаратов, имеющих одинаковое международное непатентованное наименование (далее – МНН) и цены на них относительно к запрошенному.

Подп. 4 п.2 ст.74 Федерального закона от 21.11.2011 №323-03 «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» налагает запрет на фармработников на предоставление населению недостоверной и (или) неполной информации о наличии лекарственных препаратов, включая лекарственные препараты, имеющие одинаковое международное непатентованное наименование, медицинских изделий, в том числе скрывать информацию о наличии лекарственных препаратов и медицинских изделий, имеющих более низкую цену.

Таким образом, в том случае, когда имеет место быть несколько синонимичных препаратов с одним МНН, прямой обязанностью участника розничной торговли на фармацевтическом рынке является предоставление всей информации по товарному ассортименту и по наличию более доступного по цене синонима.

Что касается словосочетания «Современный и безопасный».

Во-первых, необходимо сказать что препараты «Полисорб» и «Простосорб» являются синонимичными, так как оба содержат одно и то же действующее вещество: **кремния диоксид коллоидный** (представлены копии инструкций обоих препаратов).

Во-вторых, слово *безопасный* включено в словосочетание не как указание на *не причиняющий вред*, а как тождественность к безопасности синонимичного препарата «Полисорб».

Информация была размещена по инициативе аптечной сети «Живика» в процессе текущей хозяйственной деятельности, как сервисная функция, которая помогает покупателю сэкономить денежные средства при покупке синонимичного товара, договор с каким-либо рекламодателем отсутствует. Как таковой макет баннера указанной информации не утверждался, а используется на сайте в качестве информационного окна.

Период использования с декабря 2022 года по 18.05.2023.

На вопрос Комиссии, что такое «синонимичный препарат», представитель ООО «Живика Центр» сообщила, что это препарат с таким же составом, в отличие от «аналогов», у которых одинаковые показания к применению, но разные МНН.

ООО «Живика Центр» пояснило, что в словосочетание «Современный и **безопасный** синоним» вкладывало такой смысл: если заменить один препарат на другой – это безопасно, замена не причинит вреда.

На вопрос Комиссии о том, учитывались ли при этом положения инструкции по применению лекарственного препарата «Простосорб», был получен ответ, что этот момент не был продуман, при этом, ссылка на необходимость ознакомления с инструкцией в ближайшее время будет внедрена в подобную рекламу.

На вопрос Комиссии появляется ли баннер об альтернативном препарате «Полисорб» при поиске и заказе препарата «Простосорб», ООО «Живика Центр» сообщило, что есть смысл в

указании препарата по меньшей цене, а не наоборот. До недавнего времени препарат «Полисорб» был «монополистом» на рынке.

ООО «Живика Центр» в дополнительных письменных объяснениях (вх.№17331-ЭП/23 от 09.08.2023) сообщило следующее.

Согласно п.3 ч.2 ст.2 Закона о рекламе настоящий 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.

По мнению специалистов ФАС России, не является рекламой информация о производимых или реализуемых товарах (оказываемых услугах), размещенная на *официальном сайте* продавца данных товаров (лица, оказывающего данные услуги), *если указанные сведения предназначены для информирования посетителей сайта об ассортименте товаров (услуг), правилах пользования, а также непосредственно о продавце, производителе товара или лице, оказывающем услуги и т.п.*, следовательно, на такую информацию положения Закона о рекламе не распространяются.

Сайт zhivika.ru — это информационно-справочный ресурс, который создан с целью ознакомления посетителей с деятельностью компании, ее товарами и услугами. А посещение сайта - это возможность для потребителя получить необходимый объем сведений о реализуемых товарах, об акциях, чтобы сделать правильный выбор.

Как уже ранее сообщалось в пояснениях Общества, в соответствии с требованиями подп. 4 п.2 ст.74 Федерального закона от 21.11.2011 №323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации», *п.п. 53-54* Правил надлежащей аптечной практики лекарственных препаратов для медицинского применения, утв. Приказом Минздрава России от 31.08.2016 №647н, продавцы лекарственных препаратов не вправе скрывать от покупателя информацию о наличии иных лекарственных препаратов, имеющих одинаковое **международное непатентованное наименование** и цены на них относительно к запрошенному; более того **налагается запрет** на фармработников на предоставление населению недостоверную и (или) неполную информацию о наличии лекарственных препаратов, включая лекарственные препараты, имеющие **одинаковое международное непатентованное наименование**, медицинских изделий, в том числе скрывать информацию о наличии лекарственных препаратов и медицинских изделий, имеющих более низкую цену.

Согласно п.16 ст.4 Закона «Об обращении лекарственных средств» международное непатентованное наименование (далее - МНН) лекарственного средства - это наименование фармацевтической субстанции, рекомендованное Всемирной организацией здравоохранения.

Следовательно, МНН лекарственного препарата указывает на фармацевтическую субстанцию (действующее вещество), которая содержится в соответствующем лекарственном препарате и определяет его эффективность.

Согласно п. 24 Закона «Об обращении лекарственных средств» под эффективностью лекарственного препарата понимается характеристика степени положительного влияния лекарственного препарата на течение, продолжительность заболевания или его предотвращение, реабилитацию, на сохранение, предотвращение или прерывание беременности.

Таким образом, МНН лекарственного препарата является его функциональной характеристикой и определяет потребность заказчика.

В связи с тем, что свойства лекарственного препарата являются его качественными характеристиками и определяют выбор потребителя, аналогичные (по МНН, лекарственной форме и дозировке) лекарственные препараты относятся **к взаимозаменяемым лекарственным препаратам**, за исключением особых случаев, когда невозможность замены между лекарственными препаратами с одним МНН и разными торговыми наименованиями определена в процессе их применения.

Таким образом, лекарственные препараты с одинаковыми МНН, взаимозаменяемыми лекарственными формами, взаимозаменяемыми дозировками и разными торговыми наименованиями **следует относить к взаимозаменяемым лекарственным препаратам**. Никакие иные характеристики лекарственных препаратов (например, первичная упаковка (форма выпуска),

вторичная упаковка, количество препарата в первичной упаковке (например, объем наполнения), количество единиц (ампул, шприцев и т.д.) препарата во вторичной упаковке и т.п.) не влияют на терапевтические свойства лекарственных средств.

В соответствии с п.12.3 ст.4 Федерального закона от 12.04.2010 №61-ФЗ «Об обращении лекарственных средств» **взаимозаменяемый лекарственный препарат** - лекарственный препарат с доказанной терапевтической эквивалентностью или биоэквивалентностью в отношении референтного лекарственного препарата, имеющий эквивалентные ему качественный состав и количественный состав действующих веществ, состав вспомогательных веществ, лекарственную форму и способ введения.

Согласно письму Минздрава России от 25.06.2020 №18-2/И/2-8895 **сведения о взаимозаменяемости лекарственных препаратах** содержатся также в Едином структурированном справочнике-каталоге лекарственных препаратов (ЕСКЛП), размещенном по адресу <https://esklp.egisz.rosminzdrav.ru/>, но в отличие от **Перечня** взаимозаменяемых лекарственных препаратов информация, содержащаяся в **ЕСКЛП**, «носит справочный характер и может применяться заказчиками при осуществлении закупок». Таким образом, при определении взаимозаменяемости лекарственных препаратов заказчик руководствуется исключительно **Перечнем взаимозаменяемых лекарственных препаратов, размещенных на сайте Минздрава России.**

Согласно Перечню взаимозаменяемых лекарственных препаратов от 07.11.2022 (далее - Перечень ВЛП) (источник <https://grls.rosminzdrav.ru/default.aspx>), данных Единого структурированного справочника-каталога лекарственных препаратов (источник <https://esklp.egisz.rosminzdrav.ru>), лекарственные препараты ПОЛИСОРБ и ПРОСТОСОРБ, имеющие одинаковое МНН, являются взаимозаменяемыми препаратами* (далее представлены выдержки из Перечня ВЛП, ЕСКЛП).

Из указанных препаратов цена препарата Простосорб ниже цены препарата Полисорб.

* **Справочно:** в товарном ассортименте сайта zhivika.ru присутствуют только препараты ПОЛИСОРБ и ПРОСТОСОРБ.

Таким образом, **руководствуясь требованиями отраслевого законодательства, Общество добросовестно исполнило свою обязанность, а именно предоставило потребителям информацию о наличии иного лекарственного препарата, имеющего одинаковое МНН с препаратом ПОЛИСОРБ, с указанием его цены.** Вместе с тем, законодатель не содержит указания **по форме, в каком виде должна быть представлена** информация о наличии иных лекарственных препаратов, имеющих одинаковое **международное непатентованное наименование** и цены на них относительно к запрошенному, следовательно, продавцы свободны в применении тех или иных визуальных форм или методов.

Полагаем, что **только по признаку «всплывающего баннера» нельзя делать вывод о совершении Обществом действий рекламного характера**, тем более, что словосочетание «появлялось» только по отношению к препарату одного и того же МНН. **Можно было бы утверждать о наличии признаков рекламы, если бы** указанное словосочетание присутствовало в виде **закрепленного статичного баннера**, который остается на месте независимо от перехода на различные страницы сайта, **однако таких фактов не выявлено.**

В данном конкретном случае необходимо рассматривать в совокупности **все** факторы, в том числе требования отраслевого законодательства. Поэтому Общество полагает, что информация о препарате с меньшей стоимостью, с одинаковым МНН, размещенная в месте размещения взаимозаменяемого препарата не может быть расценена как рекламная.

В качестве пояснений по подп. 1 ч.2 ст.5 Закона о рекламе сообщено, что **Общество не рекламировало** препарат ПРОСТОСОРБ, а доводило до потребителей необходимую информацию о цене, о том, что это взаимозаменяемый (тождественный) препарат лекарственному препарату ПРОСТОСОРБ, доказательства чего были предоставлены выше.

Общество полагает, что информация о том, что словосочетание «современный и безопасный» не отвечает признакам рекламного характера, так как не содержит сравнительной характеристики (лучше, безопаснее), не содержит информации, указывающей на превосходство

одного препарата над другим. Вместе с тем, **в силу взаимозаменяемости** препаратов ПОЛИСОРБ и ПРОСТОСОРБ, можно без всяких сомнений утверждать, что замена одного препарата другим является абсолютно безопасной по отношению друг другу - **именно этот смысл был вложен Обществом в словосочетание «современный и безопасный»**. Данное утверждение имеет совершенно **однозначный смысл** - нет никакой ошибки или неверного толкования, неправильного применения или некорректности по отношению к требованиям, предъявляемым к достоверности сведений о товаре.

В качестве пояснений по ч.7 ст.24 Закона о рекламе повторно сообщено, что **Общество не рекламировало** препарат ПРОСТОСОРБ.

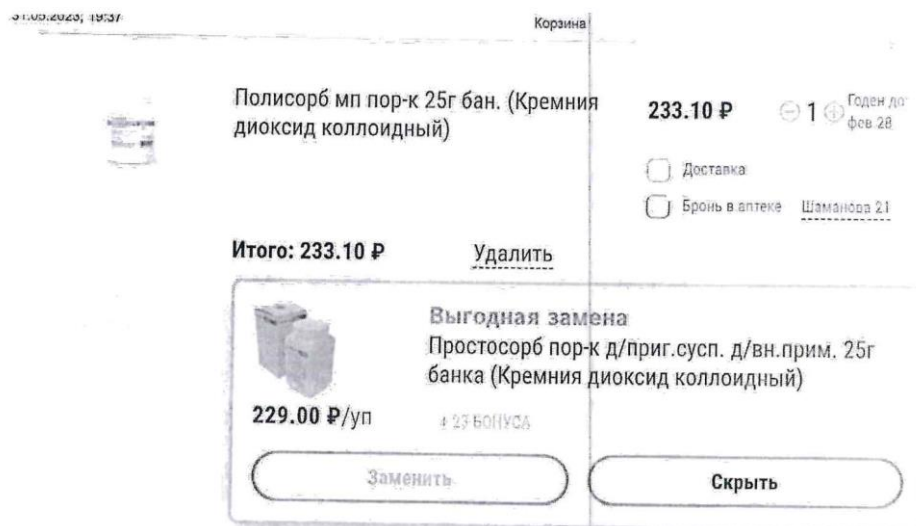
Однако, на сайте zhivika.ru с момента его основания, в отношении **каждого** лекарственного препарата и товара аптечного ассортимента при входе в карточку содержится следующая информация: **Инструкция по применению, Показания, Противопоказания, Состав, Способ применения, Особые указания**.

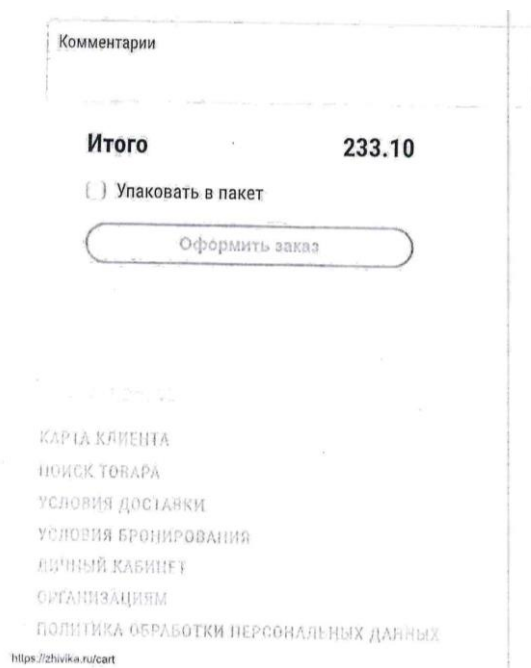
Таким образом, потребитель всегда мог и может в настоящее время ознакомиться на сайте Общества с информацией о товаре непосредственно в момент выбора того или иного лекарственного препарата.

Дополнительно, информация об ознакомлении с инструкцией размещена в качестве отдельной строки, скриншот приложен.

Таким образом, Общество проявляет предусмотрительность и заботу по отношению к посетителям сайта, старается максимально достоверно довести информацию о товарах аптечного ассортимента во взаимосвязи с требованиями действующего законодательства, в связи с чем не может согласиться с утверждением о наличии признаков рекламного характера в ситуации с лекарственными препаратами ПОЛИСОРБ и ПРОСТОСОРБ.

ООО «Живика Центр» сообщало также (вх.№1 1902-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):

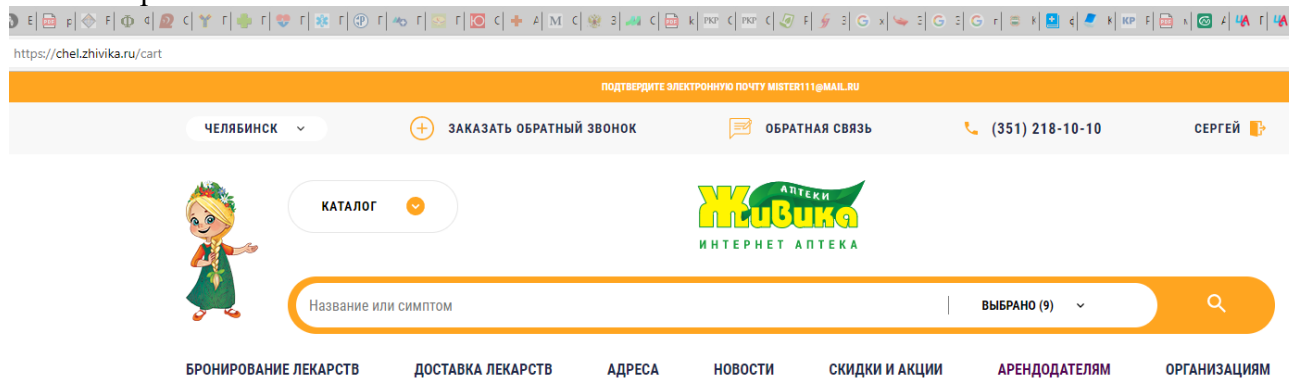




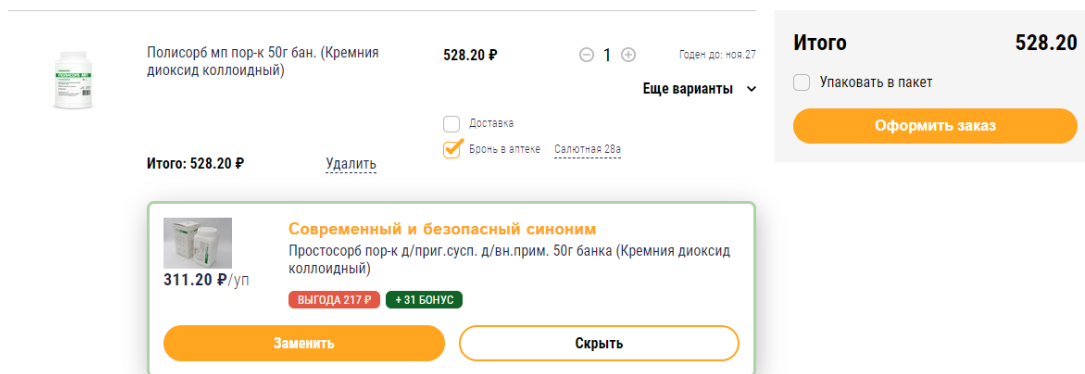
Рассмотрев представленные материалы, заслушав доводы и возражения сторон, Комиссия Свердловского УФАС России приходит к следующим выводам.

Материалами дела установлено, что в декабре 2022 г. на сайте <https://chel.zhivika.ru/cart> распространялась информация следующего содержания:

Скриншот №1



Оформление заказа



Свердловским УФАС России установлено (Акт от 18.05.2023), что аналогичная информация в виде всплывающего баннера появляется при заказе препарата «Полисорб» на сайте <https://zhivika.ru/> без захода в личный кабинет.

Скриншот №2:

The screenshot shows the website interface for Zhivika. At the top, there is a navigation bar with the location 'ЕКАТЕРИНБУРГ', a 'ЗАКАЗАТЬ ОБРАТНЫЙ ЗВОНОК' button, 'ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ' link, phone number '(343) 216-16-16', and a 'ВОЙТИ' button. Below this is a search bar with the text 'Название или симптом' and a 'ВЫБРАТЬ АПТЕКИ' dropdown. A main navigation menu includes 'БРОНИРОВАНИЕ ЛЕКАРСТВ', 'ДОСТАВКА ЛЕКАРСТВ', 'АДРЕСА', 'НОВОСТИ', 'СКИДКИ И АКЦИИ', 'АРЕНДОДАТЕЛЯМ', and 'ОРГАНИЗАЦИЯМ'. The main content area shows a shopping cart with one item: 'Полисорб мп пор-к 25г бан. (Кремния диоксид коллоидный)' for 229.90 RUB. There are options for 'Доставка' and 'Бронь в аптеке' (checked). A summary box on the right shows 'Итого: 229.90' and a 'Оформить заказ' button. Below the cart, a promotional banner for 'Простосорб' is displayed, offering a 'Современный и безопасный синоним' for 249.00 RUB/уп, with '+ 25 БОНУСОВ' and '+ КАРТА КЛИЕНТА' buttons, and 'Заменить' and 'Скрыть' options.

Скриншот №3:

This is a close-up of the promotional banner seen in the previous screenshot. It features an image of the 'Простосорб' product packaging. The text reads: 'Современный и безопасный синоним' in green, followed by 'Простосорб пор-к д/приг.сусп. д/вн.прим. 25г банка (Кремния диоксид коллоидный)'. The price is '249.00 RUB/уп'. There are two buttons: '+ 25 БОНУСОВ' and '+ КАРТА КЛИЕНТА'. At the bottom, there are two large buttons: 'Заменить' (green) and 'Скрыть' (white with green border).

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.» / «+25 бонусов»/ «+карта клиента»**.

Комиссия отклоняет довод ООО «Живика Центр» о том, что спорная информация не является рекламой, так как по мнению общества такое определение относимо лишь для информации, распространяемой на официальном сайте продавца в виде закрепленного статичного баннера, который остается на месте, независимо от перехода на различные страницы сайта.

По мнению ФАС России, не является рекламой информация о производимых или реализуемых товарах, размещённая 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 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.

Само по себе распространение информации именно на официальном сайте продавца не исключает возможность распространения таким способом и рекламы (реклама распространяется совместно (одновременно) с информационными не рекламными сведениями).

В рассматриваемом случае рекламная информация о препарате «Простосорб» была распространена в виде **всплывающего баннера** при заказе иного препарата – «Полисорб».

По мнению Комиссии критерием отнесения информации, распространяемой на официальном сайте продавца, является не столько способ представления такой информации (всплывающий баннер либо статичный / стационарный), сколько ее **целевое назначение**.

Характер информации и ее отнесение к рекламе либо не рекламе связан исключительно с ее **целевой направленностью** на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Как указано в постановлении Конституционного Суда Российской Федерации от 04.03.1997 № 4-П, реклама рассматривается законодателем как средство продвижения товаров, работ и услуг на общий рынок Российской Федерации.

Экономической целью размещения рекламы для лица, осуществляющего производство, реализацию товара (работ, услуг), является **продвижение и продажа товара** (работ, услуг) оптовому покупателю и **конечному потребителю**.

Признаком любой рекламы является ее **способность стимулировать интерес к объекту** для продвижения его на рынке, **сформировать к нему положительное отношение** и закрепить его образ в памяти потребителя.

В соответствии с позицией, изложенной в пункте 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.

ООО «Живика Центр» утверждает, что целью размещения спорной информации явилось исполнение требований отраслевого законодательства, забота о потребителях, которым была предоставлена информация о наличии **иного** взаимозаменяемого **лекарственного препарата, имеющего одинаковое МНН с препаратом ПОЛИСОРБ, но с более низкой ценой**.

Между тем, как видно из скриншота №2 при заказе препарата «Полисорб» по цене 229.00 руб., предлагался препарат «Простосорб» по 249.00 руб., то есть, по цене выше.

Также из содержания спорной информации очевидно следует, что до потребителя была доведена информация не только о факте наличия взаимозаменяемого лекарственного препарата и его стоимости, но и **дана характеристика** препарату «Простосорб», причем **исключительно в положительном ключе** - «Современный и безопасный синоним», при заказе которого будет выгода, бонусы, карта клиента.

Кроме того, цель проинформировать потребителя о существовании иного взаимозаменяемого препарата, не исключает **одновременной реализации и другой цели – сформировать интерес потребителей к препарату «Простосорб» для его продвижения на рынке**, поскольку при заказе данного препарата у потребителя возникнет либо экономия денежных средств либо начисление бонусов, а продавец при этом реализует больше такого товара, в том числе с привязкой и к его сроку годности (**маркетинговый ход**).

Согласно п.12.3 ст.4 Федерального закона от 12.04.2010 №61-ФЗ «Об обращении лекарственных средств» **взаимозаменяемый лекарственный препарат** - лекарственный препарат с доказанной терапевтической эквивалентностью или биоэквивалентностью в отношении референтного лекарственного препарата, имеющий *эквивалентные ему качественный состав и количественный состав действующих веществ, состав вспомогательных веществ, лекарственную форму и способ введения.*

Лекарственные препараты «Полисорб» и «Простосорб» являются взаимозаменяемыми лекарственными препаратами, следовательно, их производители конкурируют на соответствующем рынке.

Согласно п.7 ст. 4 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции) **конкуренция** - соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке.

Товарный рынок - сфера обращения товара (в том числе товара иностранного производства), который не может быть заменен другим товаром, или **взаимозаменяемых товаров** (далее – определенный товар), в границах которой (в том числе географических) исходя из экономической, технической или иной возможности либо целесообразности приобретатель может приобрести товар, и такая возможность либо целесообразность отсутствует за ее пределами (п. 4 ст.4 Закона о защите конкуренции).

Товар – объект гражданских прав (в том числе работа, услуга, включая финансовую услугу), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (п.1 ст.4 Закона о защите конкуренции).

При заказе одного товара («Полисорб») продвигается на рынке другой взаимозаменяемый товар («Простосорб») путем одновременного распространения информации о нем, в чем проявляется конкуренция, а не только забота об информировании потребителя о факте наличия замены.

Таким образом, с учетом целевого назначения на сайте <https://zhivika.ru/> (как в личных кабинетах потребителей, так и без захода в них) была распространена реклама лекарственного препарата «Простосорб» в виде всплывающего баннера при заказе взаимозаменяемого лекарственного препарата «Полисорб».

Согласно **п.2 ч.3 ст.5 Закона о рекламе** **недостоверной** 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-абес-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).

Комиссия отклоняет довод ООО «Живика Центр» о том, что характеристика «**безопасный**» (слово использовано в мужском роде как прилагательное к слову «синоним», а «синоним» – это «взаимозаменяемый лекарственный препарат») относится к замене одного препарата на другой, поскольку указанная характеристика относится не к процедуре замены, а непосредственно к самому

препарату: «безопасный синоним» - это безопасный препарат «Простосорб» как синоним препарата «Полисорб». Утверждения *«если заменить один препарат на другой – это безопасно, замена не причинит вреда»*, *«замена одного препарата другим является абсолютно безопасной по отношению друг другу»* лишены смысла (вред наступает не от действий по замене, а от препарата).

Таким образом, реклама нарушает требования **п.2 ч.3 ст.5 Закона о рекламе**, поскольку содержит не соответствующие действительности сведения о характеристике лекарственного препарата «Простосорб» как безопасного при наличии в инструкции противопоказаний к применению и побочного действия.

Согласно **ч.7 ст.24 Закона о рекламе** *реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг*, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий *должна сопровождаться предупреждением о* наличии противопоказаний к их применению и использованию, *необходимости ознакомления с инструкцией по применению* или получения консультации специалистов. В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд и должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

В рассматриваемой рекламе лекарственного препарата «Простосорб» отсутствует предупреждение о наличии противопоказаний к его применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, что противоречит ч.7 ст.24 Закона о рекламе.

Согласно **п.1 ч.2 ст.5 Закона о рекламе** недобросовестной признается реклама, которая содержит *некорректные сравнения* рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В соответствии с **пунктом 29** Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации №58 от 08.10.2012 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Закона о рекламе» информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например, путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться **с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.**

Таким образом, при использовании в рекламе каких-либо сравнительных характеристик, которые указывают на превосходство товара над товарами иных производителей («лучший», «№ 1» и пр.), должны быть указаны те конкретные критерии, по которым осуществляется сравнение, то есть в рекламе обязательно должно содержаться обоснование данного утверждения. Отсутствие в рекламе такого обоснования рассматривается как приведение сравнения с приведенной в рекламе характеристикой товара по любому критерию.

Использованные в рекламе конкретные критерии, по которым осуществляется сравнение, должны быть достоверными.

Различительным признаком недобросовестной рекламы является ее некорректность. К способам проявления данной формы ненадлежащей рекламы следует относить сравнения, содержание которых составляют ошибочные, основанные на неправильном расчете, исходящие из неверных предпосылок, неправильные, не соответствующие правилам корректности и требованиям, предъявляемым к достоверности, сведения о товарах.

Недобросовестная реклама характеризуется некорректностью ее содержания в отношении сравниваемых товаров.

Закон о рекламе не запрещает сравнивать рекламируемый товар с товарами иных изготовителей или продавцов. Однако приведенное в рекламе сравнение должно быть корректным,

правильным, основано на достоверных данных, а **сравниваемые параметры должны быть сопоставимыми**.

При использовании в рекламе сравнения одного лекарственного препарата с другим необходимо:

1) проводить сравнение по сопоставимым характеристикам (схожий состав, механизм действия, способ приема и т.д.) на основе точных и научно обоснованных данных и достоверных сведений;

2) не допускать высказываний, порочащих деловую репутацию конкурентов.

Допускается сравнение препаратов с одинаковыми зарегистрированными показаниями к применению (в том числе с различными международными непатентованными названиями (МНН)) при условии приведения **четких и достоверных критериев сравнения** в рекламном материале.

Комиссия отклоняет довод ООО «Живика Центр» о том, что в рассматриваемом случае отсутствует сравнительная характеристика, поскольку использована формулировка «современный и безопасный синоним», а не «современнее и безопаснее». При этом, ООО «Живика Центр» утверждает, что при одновременном сообщении информации о двух препаратах потребителю предоставлялась возможность именно сравнения стоимости каждого из препаратов, следовательно, такого одномоментного представления информации по двум препаратам достаточно для того, чтобы утверждать о наличии сравнения как такового (сравнение не обязательно проявляется в наличии выражений в превосходной степени).

Сравнительная характеристика (<https://xn--870-iddfg5dar7d.xn--p1ai/faq/cto-takoe-sravnitel'naya-kharakteristika>) - это метод анализа, при котором **объекты** или явления **сравниваются по определенным характеристикам с целью выявления их сходств и различий**. Результаты сравнения позволяют более точно понять объекты и **сделать обоснованный выбор между ними**.

Применение сравнительной характеристики позволяет:

- 1) сделать выбор между различными вариантами на основе анализа их характеристик;
- 2) определить преимущества и недостатки различных объектов или явлений;
- 3) идентифицировать общие и отличительные особенности объектов в сравнении;
- 4) установить причинно-следственные связи между параметрами объектов;
- 5) помочь в принятии решений на основе обоснованного сравнительного анализа.

В спорной рекламе сравниваются два лекарственных препарата «Полисорб» и «Простосорб», при этом, помимо цены происходит сравнение и по характеристикам «современный / не современный», «безопасный / не безопасный» с использованием формулировки «**Современный и безопасный синоним**» (в случае, если оба препарата являются современными и безопасными как взаимозаменяемые, то отдельное подчеркивание и особое выделение таких характеристик при упоминании только одного из таких препаратов не обосновано, лишено смысла). При этом такой критерий сравнения как «*взаимозаменяемый лекарственный препарат по составу*» не указан.

На основании вышеизложенного, Комиссия приходит к выводу, что рассматриваемая реклама также противоречит п.1 ч.2 ст.5 Закона о рекламе, поскольку содержит некорректное сравнение рекламируемого лекарственного препарата «Простосорб» с находящимся в обороте лекарственным препаратом «Полисорб», который произведен другим изготовителем, в связи с употреблением сравнения по несопоставимым характеристикам (современность, безопасность), не основанного на точных и научно обоснованных данных и достоверных сведениях.

Резолютивная часть решения по делу согласно пп. «г» п.47 Правил №1922 должна содержать сведения о выдаче предписания (предписаний) с указанием лица (лиц), которому оно выдается.

Согласно п. 49 Правил №1922 при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

ООО «Живика Центр» указало, представив соответствующий скриншот, о внесении изменений в содержание рекламы, что установлено и Комиссией в ходе рассмотрения дела при проверке сайта <https://zhivika.ru>, в связи с чем, отсутствует необходимость в выдаче предписания.

zhivika.ru Корзина

ЕКАТЕРИНБУРГ ЗАКАЗАТЬ ОБРАТНЫЙ ЗВОНОК ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ (343) 216-16-16 ВОЙТИ


КАТАЛОГ

ЖИВИКА АПТЕКИ ИНТЕРНЕТ АПТЕКА

Название или симптом ВЫБРАТЬ АПТЕКИ

БРОНИРОВАНИЕ ЛЕКАРСТВ ДОСТАВКА ЛЕКАРСТВ АДРЕСА НОВОСТИ СКИДКИ И АКЦИИ АРЕНДОДАТЕЛЯМ ОРГАНИЗАЦИЯМ

Оформление заказа

 Полисорб мп пор-к 50г бан. (Кремния диоксид коллоидный) 449.00 Р 1 Годен до: фев. 28

Итого: 449.00 Р Удалить

Доставка Бронь в аптеке Амурская 64

Выгодная замена
 Простосорб пор-к д/приг.сусп. д/вн.прим. 50г банка (Кремния диоксид коллоидный)
 368.30 Р/уп
 ВЫГОДА 81 Р + 37 БОНУСОВ + КАРТА КЛИЕНТА
 Внимание, ознакомьтесь с инструкцией по применению!

Заменить Скрыть

Итого 449.00


Упаковать в пакет

Оформить заказ

Email

Активация Windows
Чтобы активировать Windows, перейдите в раздел "Параметры".

10:24 09.08.2023

 **Выгодная замена**
 Простосорб пор-к д/приг.сусп. д/вн.прим. 50г банка (Кремния диоксид коллоидный)
 368.30 Р/уп

ВЫГОДА 81 Р + 37 БОНУСОВ + КАРТА КЛИЕНТА

Внимание, ознакомьтесь с инструкцией по применению!

Заменить **Скрыть**

В соответствии с п.7 ч.2 ст.33 Закона о рекламе Антимонопольный орган вправе применять меры ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

За нарушение рекламного законодательства ст.14.3 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность.

В соответствии с ч.1 ст.14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 6 настоящей статьи, частью 4 статьи 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

В соответствии с ч.5 ст.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.

Согласно п.48 Правил №1922 дата изготовления решения по делу в полном объеме считается датой принятия решения по делу.

В резолютивной части решения комиссия указывает на необходимость передачи дела должностному лицу Управления для рассмотрения дела об административном правонарушении по ст.14.3 КоАП РФ.

В соответствии с п.4 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» дело об административном правонарушении может быть возбуждено должностным лицом, уполномоченным составлять протоколы об административных правонарушениях, только при наличии хотя бы одного из поводов, предусмотренных частями 1, 1.1 и 1.2 статьи 28.1 КоАП РФ, и достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения. Вступление в силу решения антимонопольного органа о признании рекламы ненадлежащей не является таким поводом, как это предусмотрено частью 1.2 статьи 28.1 КоАП РФ в отношении вступления в силу решения комиссии антимонопольного органа, которым устанавливается факт нарушения антимонопольного законодательства.

Достаточность данных, указывающих на наличие события административного правонарушения, была установлена антимонопольным органом по итогам рассмотрения дела, рассмотрение которого не относится к государственному контролю (надзору), порядок организации и осуществления которого не регулируется Федеральным законом от 31 июля 2020 года №248-ФЗ «О государственном контроле (надзоре) и муниципальном контроле в Российской Федерации». Достаточность данных, указывающих на наличие события административного правонарушения, была установлена антимонопольным органом по итогам рассмотрения дела, порядок возбуждения и рассмотрения которого регулируется Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утв. Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922). В связи с чем в силу примечания к ст.28.1 КоАП РФ положения ч.3.1 ст.28.1 КоАП РФ не распространяются на данный случай возбуждения дела об административном правонарушении.

Учитывая установленные ч.1 ст.37 Закона о рекламе особенности порядков принятия (только коллегиально) решения и его обжалования (только судебный), у должностных лиц того же самого органа, единолично осуществляющих производство по делу об административном правонарушении, заведомо отсутствуют законные основания как переоценивать изложенные в не оспоренном в установленном порядке решении достаточные данные, указывающие на наличие события административного правонарушения, так и отражать результаты такой переоценки как в протоколе об административном правонарушении, так и в соответствующем постановлении.

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

Согласно п.1 ч.1 ст.28.1 КоАП РФ поводом к возбуждению дела об административном правонарушении является, в том числе, непосредственное обнаружение должностными лицами, уполномоченными составлять протоколы об административных правонарушениях, достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения.

Для оказания юридической помощи лицу, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, в производстве по делу об административном правонарушении может участвовать защитник, а для оказания юридической помощи потерпевшему - представитель. В качестве защитника или представителя к участию в производстве по делу об административном правонарушении допускается адвокат или иное лицо (ч.ч.1, 2 ст.25.5 КоАП РФ).

Согласно ч.1 ст.25.15 КоАП РФ лица, участвующие в производстве по делу об административном правонарушении, а также свидетели, эксперты, специалисты и переводчики извещаются или вызываются в суд, орган или к должностному лицу, в производстве которых

находится дело, заказным письмом с уведомлением о вручении, повесткой с уведомлением о вручении, телефонограммой или телеграммой, по факсимильной связи либо с использованием иных средств связи и доставки, обеспечивающих фиксирование извещения или вызова и его вручение адресату.

В соответствии с ч. 1 ст. 25.1, ч. 4 ст. ст. 25.5 и п. 3 ч. 4 ст. 28.1 КоАП РФ лицо, в отношении которого возбуждено производство по делу об административных правонарушениях, вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства, отводы, пользоваться юридической помощью защитника. Защитник допускается к участию в производстве по делу об административном правонарушении с момента возбуждения дела об административном правонарушении, которое считается возбужденным с момента составления протокола об административном правонарушении.

На основании изложенного, руководствуясь ст.ст.33 - 36 Закона о рекламе, в соответствии с п. 42 – 48 Правил №1922, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу лекарственного препарата «Простосорб», распространенную с декабря 2022 г. по 18.05.2023 в сети Интернет по адресам <https://zhivika.ru/> и <https://chel.zhivika.ru/cart> в виде всплывающего баннера при одновременном заказе взаимозаменяемого лекарственного препарата «Полисорб», содержащей фразу «Современный и безопасный синоним», ненадлежащей, нарушающей требования:

- п.2 ч.3 ст.5 Закона о рекламе, поскольку реклама содержит не соответствующие действительности сведения о характеристике лекарственного препарата «Простосорб» как безопасного при наличии в инструкции противопоказаний к применению и побочного действия;

- ч.7 ст.24 Закона о рекламе, поскольку в рекламе лекарственного препарата «Простосорб» отсутствует предупреждение о наличии противопоказаний к его применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов;

- п.1 ч.2 ст.5 Закона о рекламе, поскольку реклама содержит некорректное сравнение рекламируемого лекарственного препарата «Простосорб» с находящимся в обороте лекарственным препаратом «Полисорб», который произведен другим изготовителем, в связи с употреблением сравнения по несопоставимым характеристикам (современность, безопасность), не основанного на точных и научно обоснованных данных и достоверных сведениях.

2. Предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства не выдавать.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Свердловского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч.1 ст.14.3 КоАП РФ.

4. **Законному представителю ООО «Живика Центр»** (защитнику) надлежит явиться в Свердловское У ФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 220) **04 сентября 2023 г. в 11 час. 00 мин.** для составления в отношении юридического лица протокола об административном правонарушении, предусмотренном ч.1 и ч.5 ст. 14.3 КоАП РФ, с документами, удостоверяющими личность и служебное положение.

ООО «Живика Центр» вправе представить письменные объяснения по факту правонарушения (ст. 26.3 КоАП РФ), в том числе, указать (при наличии) обстоятельства, смягчающие (ст.4.2 КоАП РФ) и отягчающие (ст. 4.3 КоАП РФ) административную ответственность, исключаяющие производство по делу об административном правонарушении (ст. 24.5 КоАП РФ).

Для приобщения к протоколу письменных объяснений (ст. 26.3 КоАП РФ) их надлежит представить в письменной форме и раскрыть в них свою позицию относительно каждого из указанных в решении обстоятельств, подкрепив ее соответствующими доказательствами.

В случае явки защитника (ст. 25.5 КоАП РФ), обязательно наличие доверенности (от имени лица, в отношении которого составляется протокол).

Решение антимонопольного органа может быть оспорено в суде или арбитражном суде в течение трех месяцев со дня вынесения решения (ч. 1 ст. 37 Закона о рекламе).

Для оперативности информацию следует предварительно направить по факсу либо на электронную почту Управления (to66@fas.gov.ru). В ответе необходимо ссылаться на исходящий номер документа Свердловского УФАС России.

Протокол об административном правонарушении подписывается должностным лицом, его составившим, физическим лицом или законным представителем юридического лица, в отношении которого возбуждено дело об административном правонарушении (ч. 5 ст. 28.2 КоАП РФ).

Согласно ч. 1 ст. 51 Конституции Российской Федерации никто не обязан свидетельствовать против себя самого, своего супруга и близких родственников, круг которых определяется федеральным законом.

В соответствии с ч. 1 ст. 25.1 КоАП РФ лицо, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства и отводы, пользоваться юридической помощью защитника, а также иными процессуальными правами в соответствии с настоящим Кодексом.

В соответствии с ч. 5 ст. 25.5 КоАП РФ защитник, допущенный к участию в производстве по делу об административном правонарушении, вправе знакомиться со всеми материалами дела, представлять доказательства, заявлять ходатайства и отводы, участвовать в рассмотрении дела, обжаловать применение мер обеспечения производства по делу, постановление по делу, пользоваться иными процессуальными правами в соответствии с настоящим Кодексом.

Неявка лица до истечения указанного срока не препятствует дальнейшему движению дела об административном правонарушении, протокол об административном правонарушении может быть составлен в отсутствие указанного лица (ч. 4.1. ст. 28.2 КоАП РФ).

В случае невозможности личной явки лиц, участвующих в составлении протокола (в том числе, защитников), необходимо направить ходатайство (to66@fas.gov.ru) о составлении протокола в их отсутствие с учетом представленных письменных пояснений.

Независимо от формы участия в составлении протокола все письменные пояснения и документы будут всесторонне изучены и учтены при его составлении.

Кроме того, Управление информирует о возможности представить расписку о выборе формы получения процессуальных документов (указать реквизиты сопроводительного письма к данному документу) путем их направления по адресу электронной почты, указанной в расписке, с подтверждением того, что такой способ получения процессуальных документов будет являться надлежащим уведомлением (расписка должна быть заполнена физическим лицом, должностным лицом лично либо законным представителем юридического лица с приложением надлежащим образом заверенной копии документа, подтверждающего полномочия).

Председатель комиссии <...>

Члены комиссии <...>

<...>