

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Волгоградской области (далее – Волгоградское УФАС России, Управление) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии -	заместитель руководителя Управления – Никуйко Ирина Борисовна, Алимова Елена Владимировна,
Члены Комиссии -	Козубова Елизавета Михайловна

в присутствии – начальника отдела надзора по гигиене питания Управления Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Волгоградской области Серовой Е.В. по доверенности № 45 от 30.12.2016;

рассмотрев дело № 16-03-5-02/691, возбужденное в отношении ООО «ФОМУМ СИТИ-М»; ООО «МаркетКреатив»; ООО «Стиль Арт» и «Государственная радиовещательная компания «Радио Россия» по признакам нарушения п. 2, п. 11 ч. 3, [п. 6 ч. 5 ст. 5](#) ФЗ РФ «О рекламе» при распространении рекламы таблетированных конфет «Офтальмин» на радио «Радио России»,

УСТАНОВИЛА:

Территориальный антимонопольный орган Федеральной антимонопольной службы, осуществляющий надзор за соблюдением законодательства о рекламе, руководствуется в своей деятельности Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006г. № 508 (далее Правила).

В соответствии с п. 12 Правил дело может быть возбуждено Федеральной антимонопольной службой или ее территориальными органами по собственной инициативе при выявлении фактов, указывающих на признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также по представлению прокурора, обращению органа государственной власти или органа местного самоуправления, заявлению физического или юридического лица.

В Волгоградское УФАС России поступило заявление (вх. № 5867 от 27.06.2016) от гражданки С.В.М. с жалобой на нарушение Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) в рекламе комплекса для поддержания здоровья глаз «Офтальмин» на «Радио России».

Заявительница в своем обращении указала, что 02.04.2016 по радиоканалу «Радио России» услышала рекламу комплекса для поддержания здоровья глаз «Офтальмин»,

По мнению заявителя, данная реклама указывала, что комплекс «Офтальмин» предназначен именно для лечения глазных заболеваний, то есть в спорной рекламе содержалось указание на лечебные свойства комплекс «Офтальмин». Кроме того, в рекламе, имелось указание, что комплекс распространяется, так называемым, «научно-исследовательским» центром здоровья.

Реклама заинтересовала заявителя, так как она является инвалидом по зрению и, привлеченная рекламой, она приобрела данный товар. Заявителем также представлено описание «Офтальмина» (получено вместе с товаром), в котором указывается, что комплекс применим для профилактики возрастных изменений глаз, улучшения обмена веществ в тканях глаза, профилактике таких заболеваний как: катаракта, помутнение роговицы, дистрофии сетчатки и т.д.

В целях подтверждения или опровержения информации о распространении спорной рекламы, а также для установления лиц, причастных к ее распространению, Волгоградским УФАС России в ходе рассмотрения заявления был направлен ряд запросов.

В ответ на запрос Волгоградского УФАС России (исх. № 02-13/4845 от 10.08.2016) Филиал ФГУП «ВГТРК» «Государственная радиовещательная компания «Радио России» (далее –ГРК «Радио России») сообщила (исх №605/903-120/1 от 23.09.2016), что в период с 11.02.2016 по 04.08.2016 в федеральном эфире «Радио России» размещалась реклама таблетированных конфет «Офтальмин» на основании договоров, заключенных ЗАО «ВИ-Радио» (ОГРН 1027700293390) - комиссионером ГРК «Радио России», уполномоченным на размещение рекламы.

Рекламодателями таблетированных конфет «Офтальмин» выступили:

- ООО «ФОМУМ СИТИ-М» (ОГРН 5147746331134 ИНН/КПП 7730716079/ 773001001, Бережковская набережная, 12Б, г. Москва, 121059, поч. Нижняя Красносельская, д. 40/12, оф. 744);

- ООО «МаркетКреатив (ОГРН 1157746412141 ИНН/КПП 7724317534/ 772401001, Хлебозаводской пр-д, д. 7, стр. 9, пом. 8, ком. 7В);

- ООО «Стиль Арт» (ОГРН 1147748019330 ИНН/КПП 7723931950/ 772301001, улица Шарикоподшипниковская, дом 12,комната 3,г. Москва, 115088).

ГРК «Радио России» были также представлены график подтвержденных выходов рекламы таблетированных конфет «Офтальмин» в период с 11.02.2016

по 04.08.2016 (три ролика «Офтальмин», «Офтальмин 2», «Офтальмин 4») и аудиозаписи 3х близких по содержанию 6-минутных рекламных ролика, построенных в виде диалога корреспондента со специалистом.

Рекламные ролики содержат в том числе следующую информацию:

-...Для того чтобы с нами не происходило разного рода казусов, *нужно чтобы глаза работали и все-все видели и помечали и специально для этого был разработан «Офтальмин».* Звоните скорее, потому что только в течение часа на «Офтальмин» действует скидка 20% 8-800-500-14-48.

-...«Офтальмин» *разработан специалистами именно для того, чтобы снять это бесконечное напряжение, чтобы исчезла усталость.* Звоните уже сейчас по бесплатному номеру 8-800-500-14-48, наши специалисты готовы ответить на все ваши вопросы о свойствах «Офтальмина» 8-800-500-14-48.

-...«Офтальмин» *обладает богатейшим составом, его микроэлементы проникают вглубь глазных капилляров. Самое главное, что «Офтальмин» это источник активных и натуральных веществ, которые очень быстро усваиваются и сразу же начинают свою работу.* Повторяю еще раз телефон горячей линии 8-800-500-14-48, по которой на «Офтальмин» действует специальная 20-ти процентная скидка, только для слушателей «Радио России»

- ... дело в том, что прежде чем дать само питание глазам необходимо наладить поставки ценных микроэлементов по капиллярам и именно это трудное дело берет на себя «Офтальмин», *который начинает действовать сразу. Весь цикл по налаживанию питания органов глаза, роговицы, хрусталика, колбочек, палочек проходит очень быстро.* Звоните по бесплатному номеру 8-800-500-14-48, наши специалисты подробно расскажут о комплексе для поддержки зрения «Офтальмин». Я отмечу, что «Офтальмин» - это новый продукт, однако он завоевывает популярность у людей самого разного возраста, мы ежедневно принимаем огромное количество звонков со всех концов России, поэтому торопитесь, набирайте номер <...> 8-800-500-14-48, пока «Офтальмин» есть в наличии 8-800-500-14-48.

-... «Офтальмин» - *это комплекс именно натуральных экстрактов и веществ, действие которых направлено именно на поддержку зрения.*

-...То есть получается такой очень удачный симбиоз **последних научных разработок** и матушки природы.

-...только Вам решать каким будет ваше зрение завтра, а *натуральный комплекс для зрения поможет вам сделать правильный выбор.* Звоните по бесплатному номеру 8-800-500-14-48 и получите праздничные скидки на «Офтальмин». Будьте здоровы! Продукт не является БАДом и лекарственным средством.

В целях обеспечения соблюдения требований п.п. 3-6 Правил рассмотрения антимонопольными органами дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, Волгоградское УФАС России ходатайствовало перед Федеральной антимонопольной службой о наделении Управления полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела по признакам нарушения законодательства о рекламе (п. 2, п. 11 ч. 3, [п. 6 ч. 5 ст. 5](#) ФЗ от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе») в отношении в том числе: ООО «ФОМУМ СИТИ-М»; ООО «МаркетКреатив»; ООО «Стиль Арт»; «Государственная радиовещательная компания «Радио Россия»; ЗАО «ВИ-Радио»

Письмом ФАС России от 25.10.2016 №АК/72990/16 «О наделении полномочиями» (вх. № 10197 от 07.11.2016) запрошенные полномочия на возбуждение и рассмотрение дела о нарушении рекламного законодательства были представлены Волгоградскому УФАС России.

Определением от 15 ноября 2016 г. Волгоградским УФАС России в отношении ООО «ФОМУМ СИТИ-М»; ООО «МаркетКреатив»; ООО «Стиль Арт» и «Государственная радиовещательная компания «Радио Россия» было возбуждено производство по делу № 16-03-5-02/691 по признакам нарушения п. 2, п. 11 ч. 3, [п. 6 ч. 5 ст. 5](#) Закона о рекламе.

В определении о возбуждении дела № 16-03-5-02/691 была установлена обязанность ООО «ФОМУМ СИТИ-М», ООО «МаркетКреатив», ООО «Стиль Арт» представить в Волгоградское УФАС России:

- письменные объяснения по фактам, послужившим основанием для возбуждения дела.
- указать СМИ, в которых размещалась рассматриваемая реклама, с указанием территории распространения, периода распространения и приложением подтверждающих документов (кроме договоров по вопросу распространения рекламы на радиоканале «Радио России в период с 11.02.2016 по 04.08.2016)
- информация о том, возбуждались ли ранее антимонопольным органом дела о нарушении рекламного законодательства по факту распространения указанной рекламы.

Также определением запрошены письменные объяснения по факту, послужившему основанием для возбуждения дела от Государственная радиовещательная компания «Радио Россия» и ЗАО «ВИ-Радио».

- письменные объяснения по установленным в ходе рассмотрения дела признакам рекламного законодательства.

- иную известную информацию, имеющую отношение к данному делу.

На заседании Комиссии, состоявшемся 14 декабря 2016 г. присутствовал заявитель С.В.М. (личность удостоверена по паспорту), а также представитель по доверенности ГРК «Радио России».

Заявительница дополнительно пояснила, что восприняла рекламу как информацию, в которой потребителям сообщалось о лечебных свойствах препарата. Она является инвалидом по зрению. Препарат дорогой, стоимость в комплексе с дополнительными препаратами составила 53200 руб., но она решила его приобрести, так как в надежде на улучшение зрения поверила рекламе. Так же заявитель указала, что в настоящее время в Тракторозаводском районном суде г. Волгограда рассматривается ее иск о нарушении прав потребителя в отношении продавца товара.

Представитель по доверенности ГРК «Радио России» представил следующие устные и письменные объяснения:

- В рекламе таблетированных конфет «Офтальмин» не содержится рекомендаций по применению объекта рекламирования при наличии болезней или болезненных состояний. В тексте рекламы отсутствуют любые упоминания заболеваний или их симптомов. Не используется никаких слов, которые могут свидетельствовать о восстановлении от расстройств органов глаза, таких как «лечит», «восстанавливает», «улучшает» и т.п., напротив, акцент делается на том, что «Офтальмин» является натуральным средством, в его состав входят натуральные экстракты и вещества, действия которых направлены именно на поддержку зрения, питание глаз, насыщение их нужными для поддержки зрения веществами и микроэлементами, но не на лечение глазных заболеваний.

- Отсутствие в рекламе признаков нарушения подтверждается также тем, что в каждом рекламном ролике содержится предупреждение, что «Офтальмин» не является ни БАД, ни лекарственным средством.

- Информация о том, что «Офтальмин» является результатом последних научных разработок не может производить впечатление о наличии у объекта рекламирования лечебных свойств. Пищевая промышленность является наукоемкой отраслью, что регулярно подчеркивается в рекламе самых разных продуктов питания - от кисломолочных продуктов до полуфабрикатов.

- Предоставленное продавцом покупателю описание «Офтальмина» не содержащееся в рекламном материале, не может иметь отношение к рассматриваемому делу, так как относится к сфере реализации, а не к рекламе указанного товара. ВГТРК, как рекламораспространитель, не обладает ни полномочиями, ни техническими возможностями для контроля за реализацией товаров продавцом.

Выслушав объяснения представителя ГРК «Радио России», а также оценив текст рекламы и обстоятельства ее распространения Комиссия усмотрела в рассматриваемой рекламе также признаки нарушения ч. 7 ст. 5, п. 7 ст. 7, ст. 8, Закона о рекламе.

Согласно ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе которой не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

В рассматриваемой рекламе указано, что товар не является ни лекарством, ни БАДом, но не указано чем именно является данный товар, что вводит потребителя в заблуждение относительно позиционирования рекламируемого товара.

Также по мнению Комиссии в спорной рекламе содержатся признаки нарушения ст. 8 Закона о рекламе, согласно данной норме в рекламе товаров при дистанционном способе их продажи должны быть указаны сведения о продавце таких товаров: наименование, место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица; фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя. В спорной рекламе данные сведения отсутствуют.

Согласно п. 7 ст. 7 Закона о рекламе не допускается реклама товаров, на производство и (или) реализацию которых требуется получение лицензий или иных специальных разрешений, в случае отсутствия таких разрешений.

По объяснениям ГРК «Радио России» объектом рекламирования являются *таблетированные конфеты «Офтальмин»*. В соответствии со ст. 23 Решения Комиссии Таможенного союза от 09.12.2011 № 880 (ред. от 10.06.2014) "О принятии технического регламента Таможенного союза «О безопасности пищевой продукции» выпускаемая в обращение на таможенной территории Таможенного союза пищевая продукция подлежит декларированию соответствия. Комиссией не установлено наличие необходимой в соответствии с действующим законодательством Декларации о соответствии на *таблетированные конфеты «Офтальмин»*.

Таким образом, в случае отсутствия декларации соответствия в данной рекламе также содержатся признаки нарушения п. 7 ст. 7 Закона о рекламе.

Определением об отложении рассмотрение дела было отложено на 13 января 2017 года, запрошены объяснения по дополнительно установленным комиссией признакам нарушения рекламного законодательства.

На очередном заседании Комиссии представитель ГРК «Радио Россия» по доверенности новых объяснений не предоставил.

ЗАО «Видео Интернешнл - Радио» представило письменные объяснения (вх. 230 от 12.01.2017): Общество сообщило, что представленные Волгоградскому

УФАС России записи рекламы таблетированных конфет «Офтальмии» содержат описание объекта рекламирования, совпадающее с описанием, которое имеется в Сертификате соответствия и Декларации о соответствии на данный продукт.

В отношении признаков нарушения ст. 8 Закона о рекламе Общество пояснило, что все предоставленные Волгоградскому УФАС России записи рекламы таблетированных конфет «Офтальмии» содержат название продавца, его основной государственный регистрационный номер и место нахождения - ООО «Гермес», ОГРН 114-547-610-94-81, г. Новосибирск, ул. Геодезическая, 2/1. В первой записи данная информация представлена в начале, а в остальных записях - в конце передачи.

В целях подтверждения соблюдения ст. 7 Закона о рекламе к ответу были приложены копии Сертификата соответствия и Декларации о соответствии на таблетированные конфеты «Офтальмин».

Определением об отложении рассмотрение дела было отложено на 13 февраля 2017 года. В заседании 13 февраля 2017 был объявлен перерыв до 17.02.2017.

Стороны по делу на заседание не явились (на первой части заседания Комиссии (до перерыва) 13.02.2017 присутствовал представитель ГРК «Радио России» по доверенности Кабишева Н.А.

Определением об отложении рассмотрение дела было отложено на 15 марта 2017, также Комиссией в целях полной и всесторонней оценки рекламы на предмет нарушения рекламного законодательства было принято решение привлечь в качестве лица, обладающего специальными познаниями по вопросам, касающимся рассматриваемого дела (эксперта) - Управление Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Волгоградской области (далее – Управление Роспотребнадзора по Волгоградской области).

На заседание Комиссии 15.03.2017 представитель Роспотребнадзора по Волгоградской области Серова Е.В. по доверенности № 45 представила устные и письменные пояснения:

Управление Роспотребнадзора по Волгоградской области сообщило следующее:

По вопросу какие документы являются обязательными для подтверждения качества пищевых продуктов на территории Российской Федерации Управление сообщает.

В соответствии с ч.1 ст.12 Федерального закона от 02.01.2000г. № 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов» - «предназначенные для реализации пищевые продукты, материалы и изделия подлежат обязательному подтверждению соответствия обязательным требованиям нормативных документов в порядке, -

установленном законодательством Российской Федерации о техническом регулировании».

В соответствии с 4.1 ст. 21 Технического регламента Таможенного союза ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции» - «Оценка (подтверждение) соответствия пищевой продукции, за исключением пищевой продукции, указанной в части 3 - «Оценка (подтверждение) соответствия, пищевой продукции непромышленного изготовления и пищевой продукции предприятий питания (общественного питания), предназначенной для реализации при оказании услуг, а также процессов реализации указанной пищевой продукции проводится в форме государственного надзора (контроля) за соблюдением требований к пищевой продукции, установленных настоящим техническим регламентом и (или) техническими регламентами Таможенного союза на отдельные виды пищевой продукции» настоящей статьи, требованиям настоящего технического регламента и (или) технических регламентов Таможенного союза на отдельные виды пищевой продукции проводится в формах:

1. подтверждения (декларирования) соответствия пищевой продукции, согласно 4.1 ст.23 Технического регламента Таможенного союза ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции» - принимается и регистрируется декларация о соответствии.

Декларированию соответствия подлежит выпускаемая в обращение на таможенной территории Таможенного союза пищевая продукция, за исключением:

1. не переработанной пищевой продукции животного происхождения;
2. специализированной пищевой продукции;
3. уксуса.
2. государственной регистрации специализированной пищевой продукции, согласно ч.1 ст.24 Технического регламента Таможенного союза ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции»- выдается свидетельство о государственной регистрации

Специализированная пищевая продукция подлежит государственной регистрации.

К специализированной пищевой продукции относятся:

1. пищевая продукция для детского питания, в том числе вода питьевая для детского питания;
2. пищевая продукция для диетического лечебного и диетического профилактического питания;
3. минеральная природная, лечебно-столовая, лечебная минеральная вода с минерализацией свыше 1 мг/дм или при меньшей минерализации, содержащая биологически активные вещества в количестве не ниже бальнеологических норм;
4. пищевая продукция для питания спортсменов, беременных и кормящих женщин;
- 5) *биологически активные добавки к пище (БАД).*
3. государственной регистрации пищевой продукции нового вида, согласно 4.1 ст.27 Технического регламента Таможенного союза ТР ТС 021/2011 «О

безопасности пищевой продукции».

Пищевая продукция нового вида подлежит государственной регистрации.

К пищевой продукции нового вида не относится пищевая продукция, произведенная по известным и уже применявшимся технологиям, имеющая в своем составе компоненты, в том числе пищевые добавки, уже использующиеся для употребления человеком в пищу, даже в том случае, если такая продукция и компонент произведены по новой рецептуре.

4. ветеринарно-санитарной экспертизы, согласно 4.1 ст. 30 Технического регламента Таможенного союза ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции».

Не переработанная пищевая продукция животного происхождения подлежит ветеринарно-санитарной экспертизе перед выпуском в обращение на таможенную территорию Таможенного союза, если иное не установлено техническим регламентом Таможенного союза на пищевую рыбную продукцию, и сопровождается документом, содержащим сведения, подтверждающие безопасность.

Переработанная пищевая продукция животного происхождения не подлежит ветеринарно-санитарной экспертизе.

В форме ветеринарно-санитарной экспертизы может проводиться оценка соответствия пищевой продукции непромышленного изготовления животного происхождения требованиям, установленным настоящим техническим регламентом и иными техническими регламентами Таможенного союза на отдельные виды пищевой продукции.

В соответствии со статьей 6 ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции»:

1. Для целей отнесения пищевой продукции к объектам технического регулирования, в отношении которых применяется настоящий технический регламент, заинтересованными лицами осуществляется идентификация пищевой продукции.
2. Идентификация пищевой продукции проводится по ее наименованию и (или) ее признакам, изложенным в определении такой продукции в настоящем техническом регламенте или в технических регламентах Таможенного союза на отдельные виды пищевой продукции, и (или) визуальным, и (или) органолептическим, и (или) аналитическими методами.
3. Идентификация пищевой продукции проводится следующими методами:
 1. по наименованию - путем сравнения наименования и назначения пищевой продукции, указанных в маркировке на потребительской упаковке и (или) в товаросопроводительной документации, с наименованием, указанным в определении вида пищевой продукции в настоящем техническом регламенте и (или) в технических регламентах Таможенного союза на отдельные виды пищевой продукции;
 2. визуальным методом - путем сравнения внешнего вида пищевой

продукции с признаками, изложенными в определении такой пищевой продукции в настоящем

техническом регламенте и (или) в технических регламентах Таможенного союза на отдельные виды пищевой продукции;

3. органолептическим методом - путем сравнения органолептических показателей пищевой продукции с признаками, изложенными в определении такой пищевой продукции в настоящем техническом регламенте или в технических регламентах Таможенного союза на отдельные виды пищевой продукции. Органолептический метод применяется, если пищевую продукцию невозможно идентифицировать методом по наименованию и визуальным методом;

4) аналитическим методом - путем проверки соответствия физико-химических и (или) микробиологических показателей пищевой • продукции признакам, изложенным в определении такой пищевой продукции в настоящем техническом регламенте или в технических регламентах Таможенного союза на отдельные виды пищевой продукции. Аналитический метод применяется, если пищевую продукцию невозможно идентифицировать методом по наименованию, визуальным или органолептическим методами.

Таким образом, в целях отнесения продукции конфеты таблетированные «Офтальмии» к объектам технического регулирования, в отношении которых применяется технический регламент ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции» имеющегося в деле описания недостаточно, процедура идентификации, в том числе аналитическим методом осуществляется экспертными организациями в установленном порядке.

По вопросу является ли декларация соответствия обязательным специальным разрешением Управление Роспотребнадзора по Волгоградской области пояснило следующее: в соответствии со статьей 23 ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции» декларирование соответствия пищевой продукции требованиям настоящего технического регламента и (или) технических регламентов Таможенного союза на отдельные виды пищевой продукции осуществляется путем принятия по выбору заявителя декларации о соответствии на основании собственных доказательств и (или) доказательств, полученных с участием третьей стороны. Заявитель оформляет декларацию о соответствии и регистрирует ее по уведомительному принципу.

Таким образом, декларация соответствия *не является обязательным специальным разрешением.*

На вопрос о том под действие какого Технического регламента Таможенного союза подпадает данный продукт ответ возможен после проведения идентификации пищевой продукции в соответствии со статьей 6 ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции».

В соответствии с Положением о Федеральной службе по аккредитации, утвержденным постановлением Правительства Российской Федерации от 17

октября 2011 г. № 845 «О Федеральной службе по аккредитации» (далее - Положение), Росаккредитация осуществляет, в том числе формирование и ведение реестра аккредитованных лиц, единого реестра сертификатов соответствия, в который вносятся сведения только о той продукции, на которую распространяются требования технических регламентов Российской Федерации, национальной части Единого реестра выданных сертификатов соответствия и зарегистрированных деклараций о соответствии, оформленных по единой форме, в которую вносятся сведения о той, на которую распространяются требования, установленные законодательством Таможенного союза, а также реестра выданных сертификатов соответствия на продукцию, включенную в единый перечень продукции, подлежащей обязательной сертификации (за исключением сертификатов соответствия на продукцию, для которой устанавливаются требования, связанные с обеспечением безопасности в области использования атомной энергии), (далее – Реестры).

Волгоградским УФАС России были запрошены сведения у Федеральной службы по аккредитации (далее – Росаккредитация) относительно достоверности имеющейся в материалах дела декларации о соответствии конфет таблетированных «Идеалис, «Офтальмин», «Липоскин» №ТС N RU Д-RU. АИ 42.В.01547 от 08.12.2015. В своем ответе от 06.02.2017 «2471/03-КК (вх. от 17.02.2017 №1540) Росаккредитация подтвердила достоверность данной декларации соответствия, а также представила сведения из Реестра по данной декларации.

Также в материалах дела имеется представленное заявителем заочное решение Тракторозаводского районного суда г. Волгограда от 14.11.2016 по делу №2-4239/2016 о признании недействительным договора купли-продажи, заключенного между заявителем и ООО «СибЭкстракт», возврате денежных средств заявителю и компенсации морального вреда заявителю на общую сумму 94800 руб. Решением суда установлено, что начиная с 08 апреля 2016 года в результате приема купленных препаратов в истца произошло ухудшение здоровья, что привело к обращению к терапевту и постановке диагноза - аллергическая реакция. Данный вывод подтвердил в суде представитель государственного органа, дающего заключение.

Комиссия Волгоградского УФАС России, изучив материалы дела, а также оценив устные и письменные пояснения сторон по делу установила следующее.

В соответствии с п. 1 ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон 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.

Рассматриваемая в деле информация является рекламой, так как отвечает всем квалифицирующим признакам рекламы. Объектом рекламирования фактически выступает товар – пищевая продукция таблетированные конфеты «Офтальмин», при это в рекламе товар именуется как некий комплекс «Офтальмин» и новый продукт «Офтальмин».

При этом рекламируемый товар не является лекарственным средством, а также не является биологически-активной добавкой.

В соответствии с [п. 6 ч. 5 ст. 5](#) Закона о рекламе в рекламе не допускается указание на лечебные свойства, то есть положительное влияние на течение болезни, объекта рекламирования, за исключением такого указания в рекламе лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий.

Комиссия не соглашается с доводами ГРК «Радио России» об отсутствии в рекламе указаний на лечебные свойства товара.

В рекламных роликах, представленных в виде диалога со «специалистами», до потребителя доносится в том числе следующая информация:

- *«...нужно чтобы глаза работали и все-все видели и подмечали и специально для этого был разработан «Офтальмин»;*

- *«Офтальмин» разработан специалистами именно для того, чтобы снять это бесконечное напряжение, чтобы исчезла усталость... «Офтальмин», который начинает действовать сразу. Весь цикл по налаживанию питания органов глаза, роговицы, хрусталика, колбочек, палочек проходит очень быстро...это удачный симбиоз последних научных разработок и матушки природы»;*

- *«Офтальмин» обладает богатейшим составом, его микроэлементы проникают вглубь глазных капилляров. Самое главное, что «Офтальмин» это источник активных и натуральных веществ, которые очень быстро усваиваются и сразу начинают свою работу»;*

- *«...Если не питать органы глаза веществами, такими например, которые содержатся в «Офтальмине», могут возникнуть более серьезные проблемы...»;*

- *«...необходимо наладить поставки ценных микроэлементов по капиллярам во всем цикле от очищения капилляров до непосредственного питания органов глаза: роговицы, хрусталика, колбочек, палочек...»*

Из смыслового содержания рекламы следует, что комплекс «Офтальмин» обладает лечебными свойствами.

В рекламе имеются указания на то, что продукция «Офтальмин» оказывает

положительное влияние на здоровье глаз, сохраняет и поддерживает зрение.

При этом рекламируемый товар не является лекарственным средством.

При оценке содержания рекламы Комиссия учитывает также позицию заявителя. Из содержания заявления следует, а также подтверждено заявителем на заседании Комиссии 14.12.2016, что заявитель С.В.М. восприняла рекламу как информацию, в которой потребителям сообщалось о лечебных свойствах препарата. Именно поэтому она и решила приобрести столь дорогостоящий препарат.

Оценив содержание рекламы, Комиссия приходит к выводу о наличии в ней нарушения [п. 6 ч. 5 ст. 5](#) Закона о рекламе.

Согласно [ч. 7 ст. 5](#) Закона о рекламе не допускается реклама, в которой [отсутствует](#) часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

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 завершении 6-минутного рекламного ролика, указано, что товар не является ни лекарством, ни БАДом, вместе с тем общее смысловое содержание рекламы указывает на наличие такой характеристики товара как его лечебные свойства для здоровья глаз, при этом не указано чем именно является данный товар (используются наименования - комплекс, новый продукт «Офтальмин»). То что рекламируемый товар является просто «таблетированной конфетой» (пищевой продукцией) в рекламе не говорится. Данная информация о товаре является существенной для потребителя, ее отсутствие искажает смысл информации и вводит потребителя в заблуждение.

Таким образом, Комиссия приходит к выводу о наличии в рекламе нарушения [ч. 7 ст. 5](#), а также [п. 2 ч. 3 ст. 5](#) Закона о рекламе.

Согласно [п. 11 ч. 3 ст. 5](#) Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о результатах исследований и испытаний.

В рассматриваемой рекламе имеются указания на наличие неких научных исследований, а также использование биотехнологий производства. Данные сведения в рамках рассмотрения дела не подтвердились. Сторонами не были представлены доказательства проведения исследований и испытаний рекламируемого товара.

Комиссия приходит к выводу о наличии в рекламе нарушения п. 11 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.

Согласно ст. 8 Закона о рекламе в рекламе товаров при дистанционном способе их продажи должны быть указаны сведения о продавце таких товаров: наименование, место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица; фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя. В спорной рекламе в начале рекламного ролика содержится следующая информация: «На правах рекламы, программу представляет ООО "Гермес" ОГРН 1145476109481, г. Новосибирск, улица Геодезическая 2/1».

ЗАО «Видео Интернешнл - Радио» в своих письменных пояснениях указало, что все предоставленные Волгоградскому УФАС России записи рекламы таблетированных конфет «Офтальмии» содержат название *продавца*, его основной государственный регистрационный номер и место нахождения - ООО «Гермес», ОГРН 114-547-610-94-81, г. Новосибирск, ул. Геодезическая, 2/1. В первой записи данная информация представлена в начале, а в остальных записях - в конце передачи.

Вместе с тем, материалами дела подтверждается, что продавцом таблетированных конфет «Офтальмии» заявителю является ООО «СибЭкстракт» (товарный чек от 04.04.2017, бланк – заказа от 04.04.2017, судебное решение от 14.11.2017 о расторжении договора купли-продажи заявителя и ООО «СибЭкстракт»). Изготовителем товара согласно декларации о соответствии №ТС N RU Д-РУ. АИ 42.В.01547 является ООО Научно-производственная фирма «МедБиоСфера».

По мнению Комиссии, информация, озвученная в рекламе - «*программу представляет ООО "Гермес" ОГРН 1145476109481*» не свидетельствует об указании именно на продавца рекламируемого товара. Тем более при тех обстоятельствах, что данное лицо не является продавцом рекламируемого товара.

Таким образом, Комиссия приходит к выводу о наличии в рассматриваемой рекламе нарушения ст. 8 Закона о рекламе.

Комиссией также проведена оценка на рекламы на предмет наличия признаков нарушения п. 7 ст. 7 Закона о рекламе, согласно которому не допускается реклама товаров, на производство и (или) реализацию которых

требуется получение [лицензий](#) или иных специальных разрешений, в случае отсутствия таких разрешений. Изучив пояснения представителя Управления Роспотребнадзора по Волгоградской области, а также имеющиеся в материалах дела документы, представленные Росаккредитацией, Комиссия приходит в выводу об отсутствии в рекламе нарушения п. 7 ст. 7 Закона о рекламе. Таким образом, в ходе рассмотрения дела наличие признаков нарушения данной нормы не подтвердилось.

Таким образом, Комиссия приходит к выводу о том, что рассматриваемая в деле реклама содержит нарушения п. 2, п. 11 ч. 3 ст. 5, [п. 6 ч. 5 ст. 5](#), ч.7 ст. 5, ст. 8 Закона о рекламе.

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

В связи с тем, что «Государственная радиовещательная компания «Радио Россия» в ходе дела подтвердила, что данная реклама на момент вынесения решения не распространяется, отсутствуют основания для выдачи предписания об устранении нарушения рекламного законодательства.

Согласно ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение п. 2, п. 11 ч. 3 ст. 5, [п. 6 ч. 5 ст. 5](#), ч.7 ст. 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Согласно ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение [п. 6 ч. 5 ст. 5](#), ст 8 Закона о рекламе несет рекламораспространитель.

Пунктом 5 ст. 3 Закона о рекламе установлено, что рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Пунктом 7 ст. 3 Закона о рекламе установлено, что рекламораспространителем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламодателями таблетированных конфет «Офталмин» выступили:

- ООО «ФОМУМ СИТИ-М» (ОГРН 5147746331134 ИНН/КПП 7730716079/ 773001001, Бережковская набережная, 12Б, г. Москва, 121059, поч. Нижняя Красносельская, д. 40/12, оф. 744);

- ООО «МаркетКреатив (ОГРН 1157746412141 ИНН/КПП 7724317534/ 772401001, Хлебозаводской пр-д, д. 7, стр. 9, пом. 8, ком. 7В);

- ООО «Стиль Арт» (ОГРН 1147748019330 ИНН/КПП 7723931950/ 772301001, улица Шарикоподшипниковская, дом 12,комната 3,г. Москва, 115088).

Материалами дела подтверждается, что в период с 11.02.2016 по 04.08.2016 в федеральном эфире «Радио России» реклама таблетированных конфет «Офтальмин» размещалась на основании договоров, заключенных указанными выше рекламодателями с ЗАО «ВИ-Радио» (ОГРН 1027700293390). При этом ЗАО «ВИ-Радио» выступало в качестве комиссионера ГРК «Радио России», уполномоченного на размещение рекламы.

Распространение рекламы в федеральном эфире радиоканала «Радио России» в период с 11.02.2016 по 04.08.2016 осуществлялось ГРК «Радио России». Соответственно, рекламодателем рассматриваемой в данном деле рекламы является «Государственная радиовещательная компания «Радио Россия» (ИНН/КПП 7714072839/771402001 ОГРН 1027700310076 адрес: 5-я ул. Ямского Поля, д. 19-21, г. Москва, 125040).

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закон о рекламе и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Комиссия Волгоградского УФАС России.

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу таблетированных конфет «Офтальмин», распространяемую в период с 11.02.2016 по 04.08.2016 в федеральном эфире радиоканала «Радио России» ненадлежащей, нарушающей требования п. 2, п. 11 ч. 3 ст. 5, [п. 6 ч. 5 ст. 5](#), ч.7 ст. 5, ст. 8 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006.
2. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для принятия решения о возбуждении административного производства по ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении:
 - ООО «ФОМУМ СИТИ-М» (ОГРН 5147746331134 ИНН/КПП 7730716079/ 773001001, Бережковская набережная, 12Б, г. Москва, 121059, поч. Нижняя Красносельская, д. 40/12, оф. 744);
 - ООО «МаркетКреатив» (ОГРН 1157746412141 ИНН/КПП 7724317534/ 772401001, Хлебозаводской пр-д, д. 7, стр. 9, пом. 8, ком. 7В);
 - ООО «Стиль Арт» (ОГРН 1147748019330 ИНН/КПП 7723931950/ 772301001, улица Шарикоподшипниковская, дом 12, комната 3, г. Москва, 115088).

- «Государственная радиовещательная компания «Радио Россия» (ИНН/КПП 7714072839/771402001 ОГРН 1027700310076 адрес: 5-я ул. Ямского Поля, д. 19-21, г. Москва, 125040);

Решение может быть обжаловано в Арбитражный суд Волгоградской области в течение трех месяцев со дня вынесения решения в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии И.Б. Никуйко

Члены Комиссии Е.В. Алимова

Е.М. Козубова