

Лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

**ИП Васильев Н.В.**

## **РЕШЕНИЕ**

**по делу № 03-21/33-2018**

**о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе**

«17» августа 2018 года  
Йошкар-Ола

г.

Резолютивная часть решения объявлена: «14» августа 2018 года

Полный текст решения изготовлен: «17» августа 2018 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя ;

член Комиссии – начальник отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов .,

член Комиссии – специалист 1 разряда отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов ,

рассмотрев дело № 03-21/33-2018, возбужденное в отношении ИП Васильева Н.В. по признакам нарушения пункта 6 части 5 статьи 5, пунктов 1, 2, 3 части 1 статьи 25 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 – ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) по факту распространения рекламы биологически активных добавок Фитомакс в «Вестнике здоровья» по почтовым ящикам многоквартирных жилых домов города Йошкар-Олы,

в отсутствие лица, в отношении которого возбуждено дело по признакам нарушения законодательства о рекламе,

#### УСТАНОВИЛА:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) проведен мониторинг рекламы, распространенной в печатных изданиях Республики Марий Эл, в ходе которого в почтовых ящиках многоквартирных жилых домов городского округа «город Йошкар-Ола» обнаружена газета «Вестник здоровья», содержащая рекламу биологически активных добавок: «Эректовит», «Хондропит», «Лигаста», «Окапин», «Тысячелетник», «Диабетнорм», «Идеалекс», «Кардиплюс», «Лородекс», «Кедровый эффект» с информацией о проведении выставок – продаж, следующего содержания:

вестник здоровья

Определением от 19.07.2018 Марийским УФАС России возбуждено дело о нарушении законодательства о рекламе №03-21/33-2018 по признакам нарушения пункта 6 части 5 статьи 5, пунктов 1, 2, 3 части 1 статьи 25 Закона о рекламе.

ИП Васильев Н.В. в ходе рассмотрения дела письменные пояснения и документы не представил, на заседание комиссии по рассмотрению дела не явился, надлежащим образом извещен о дате, времени и месте рассмотрения дела.

Комиссия Марийского УФАС России, рассмотрев полученные материалы и документы, приходит к выводу о нарушении законодательства о рекламе при распространении рассматриваемой рекламы на основании следующего.

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе реклама - 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.

Под объектом рекламирования понимают 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 (статья 3 Закона о рекламе).

Из содержания текста рекламной информации следует, что объектом рекламирования являются товары (различные средства), в том числе следующие: капли «Экстракт алоэ по Федорову», капли «Окапин», эликсир «Диабетнорм», эликсир «Идеалекс», бальзам «Тысячелетник», сироп «Лигаста», ушные капли «Лородекс», «Кедровый эффект», сироп «Кардиплюс», «Эректовит», «Хондрофит».

Указанные в рекламе препараты не являются лекарственными средствами, о чем свидетельствует в том числе информация, указанная в рекламе. Так, например, в рекламе указано: «Ждем вас на наших выставках-продажах, где вы также сможете получить бесплатную подробную консультацию по применению оздоровительных препаратов».

Проанализировав содержание спорной информации, способы её размещения и распространения, Комиссия приходит к выводу, что указанная информация по своему содержанию и целевой направленности является рекламой, так как адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования, формирование или поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке.

В соответствии с [пунктом 2.1](#) СанПиН 2.3.2.1290-03 «Гигиенические требования к организации производства и оборота биологически активных добавок к пище (БАД)», утвержденных Главным государственным санитарным врачом Российской Федерации 17.04.2003, биологически активная добавка используется как дополнительный источник пищевых и биологически активных веществ, для оптимизации углеводного, жирового, белкового, витаминного и других видов обмена веществ при различных функциональных состояниях, для нормализации и (или) улучшения функционального состояния органов и систем организма человека, в том числе как продукт, оказывающий общеукрепляющее, мягкое мочегонное, тонизирующее, успокаивающее и иные виды действия при различных функциональных состояниях, для снижения риска заболеваний, а также для нормализации микрофлоры желудочно-кишечного тракта, в качестве энтеросорбентов

Согласно [статье 1](#) Федерального закона от 02.01.2000 N 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов» (далее – Закон о качестве и безопасности пищевых продуктов) биологически активные добавки - это природные (идентичные природным) биологически активные вещества, предназначенные для употребления одновременно с пищей или введения в состав пищевых продуктов, а пищевые добавки - это природные или искусственные вещества и их соединения, специально вводимые в пищевые продукты в процессе их изготовления в целях придания пищевым продуктам определенных свойств и (или) сохранения качества пищевых продуктов.

Частью 10 Закона о качестве и безопасности пищевых продуктов определено, что отдельные виды впервые изготавливаемых и

предназначенных для реализации на территории Российской Федерации или впервые ввозимых на территорию Российской Федерации и предназначенных для реализации на территории Российской Федерации пищевых продуктов, материалов и изделий подлежат государственной регистрации.

Государственная регистрация пищевых продуктов, материалов и изделий включает в себя:

экспертизу документов, которые представляются изготовителем, поставщиком пищевых продуктов, материалов и изделий и подтверждают их соответствие требованиям нормативных документов, условий изготовления или поставок пищевых продуктов, материалов и изделий, а также результатов проводимых в случае необходимости их испытаний;

внесение пищевых продуктов, материалов и изделий и их изготовителей, поставщиков в Государственный реестр пищевых продуктов, материалов и изделий, разрешенных для изготовления на территории Российской Федерации или ввоза на территорию Российской Федерации и реализации;

выдачу заявителям свидетельств о государственной регистрации пищевых продуктов, материалов и изделий, дающих право на их изготовление на территории Российской Федерации или ввоз на территорию Российской Федерации и оборот.

Государственная регистрация отдельных видов пищевых продуктов, материалов и изделий осуществляется уполномоченными федеральными органами исполнительной власти в порядке, установленном Правительством Российской Федерации.

В соответствии с реестром свидетельств о регистрации расположенном на сайте <http://www.fr.crc.ru>, биологически активными добавками к пище являются следующие препараты, указанные в рекламе: биологически активная добавка к пище «Хондрофит» имеет свидетельство о государственной регистрации серии RU.77.99.11.003.E.003903.09.17 от 05.09.2017, биологически активная добавка к пище «Бальзам «Эректовит» имеет свидетельство о государственной регистрации серии RU.77.99.11.003.E.010645.12.15 от 07.12.2015, биологически активная добавка к пище «Тысячелетник» имеет свидетельство о государственной регистрации серии RU.77.99.88.003.E.001623.04.18 от 19.04.2018, биологически активная добавка к пище «Идеалекс» имеет свидетельство о государственной регистрации серии RU.77.99.11.003.E.006414.05.15 от 15.05.2015.

Таким образом, многие из представленных в рекламе препаратов являются биологически активными добавками.

В силу пункта 6 части 5 статьи 5 Закона 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 лечения, изделий медицинского назначения и медицинской техники.

Кроме того, согласно пункту 1 части 1 статьи 25 Закона о рекламе реклама биологически активных добавок и пищевых добавок не должна создавать впечатление о том, что они являются лекарственными средствами и (или) обладают лечебными свойствами.

Согласно пункту 23 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» при применении норм статьи 25 Закона о рекламе следует учитывать, что реклама биологически активных добавок (пищевых добавок) может быть признана создающей впечатление, что они являются лекарственными средствами, то есть обладают лечебным эффектом, тем более если в такой рекламе содержится название заболевания (или его симптоматика) и одновременное упоминание продукта как средства, оказывающего лечебно-профилактический эффект.

Рассматриваемая реклама создает впечатление о том, что биологически активные добавки обладают лечебными свойствами, на что указывают приведенные названия заболеваний, например: «аденома», «простатит», «панкреатит», «конъюнктивит», «воспаление зрительного нерва», «блефарит», «миопический хориоренинит», «сахарный диабет», «пиелонефрит», «цистит», «радикулит», «невралгия», «артрит», «артроз», «паралич», «отит», «воспаление слуховой трубы», «псориаз» и многие другие.

Так, например, соответствии с Международной классификацией болезней МКБ-10 к группе D29 Доброкачественное новообразование мужских половых органов относится аденома предстательной железы (D29.1), к группе 61 отнесены Злокачественное новообразование предстательной железы, к группе K8 - Острый панкреатит, к группе H01.0 - Блефарит, к группе N34 - Уретрит и уретральный синдром, миома: матки (тела) (шейки) D25.9, при беременности или родах O34.1, предстательной железы N40, гельминтоз (B65-B83), к группе H60 отнесен Наружный отит, Конъюнктивит и другие болезни конъюнктивы (H10-H13), Остеохондроз (M93.9), псориаз L40.9, себорейный дерматит и иные.

Кроме того, в рассматриваемой рекламе неоднократно используются слова и предложения, указывающие на то, что рекламируемые препараты обладают лечебными свойствами, например: «эликсир «Диабетнорм» диабет можно побороть», «Эректовит» жизнь без простатита, аденомы, импотенции» и другие.

Таким образом, рассматриваемая реклама, размещенная в газете «Вестник здоровья» нарушает требования пункта 6 части 5 статьи 5, пункта 1 части 1 статьи 25 Закона о рекламе.

Кроме того, в соответствии с пунктами 2, 3 части 1 статьи 25 Закона о рекламе реклама биологически активных добавок и пищевых добавок не должна: содержать ссылки на конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния в результате применения таких добавок, содержать выражение благодарности физическими лицами в связи с применением таких добавок.

При рассмотрении материалов установлено, что в рекламе содержатся многочисленные истории излечения людей, в том числе выражение благодарности после использования препаратов.

Например: отзыв Свиридовой Галины Игнатьевны «... Я уже и не надеялась быть здоровой, но узнав про сироп «Хондрофит», сразу купила полный курс! Благодаря ему я будто живой водой омылась: все боли ушли, хруста в шее нет, позвоночник гибкий, как у девчонки!», отзыв Кононова Владислава Кировича «... Ваш сироп «Хондрофит» вернул мне подвижность и убрал все боли», отзыв Прокловой Нины Тиграновны «...и только благодаря эликсиру «Идеалекс», о котором рассказал мой коллега, мы справились с ожирением и нормализовали обменные процессы. Своим пациентам я тоже рекомендую ваш эликсир, и у всех положительные результаты», и многих других.

Следовательно, рассматриваемая реклама нарушает также требования пунктов 2, 3 части 1 статьи 25 Закона о рекламе.

В силу части 7 [статьи 38](#) Закона о рекламе ответственность за нарушение [пункта 6 части 5](#) статьи 5, а также за нарушение статьи 25 несет как рекламодатель, так и рекламораспространитель.

В ходе рассмотрения данных материалов Марийским УФАС России установлено, что выставки-продажи биологически активных препаратов в г. Йошкар-Оле проводились ИП Васильевым Николаем Васильевичем, что подтверждается договором от 09.01.2018, заключенным между МАУК «Дворец культуры им. В.И. Ленина» и ИП Васильевым Н.И.

Таким образом рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ИП Васильев Н.В. и он должен соблюдать требования пункта 6 части 5 статьи 5, пунктов 1, 2, 3 части 1 статьи 25 Закона о рекламе.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В материалах дела отсутствуют документальные доказательства, отражающие факт устранения ИП Васильевым Н.В. нарушения законодательства о рекламе.

На основании указанного, Комиссия Марийского УФАС России, считает, что в данном случае имеются основания для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе ИП Васильеву Н.В.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

### **РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащей рекламу, биологически активных добавок и препаратов Фитомакс в «Вестнике здоровья», распространяемых по почтовым ящикам многоквартирных жилых домов города Йошкар-Олы с информацией о проведении выставок – продаж, поскольку в ней нарушены требования пункта 6 части 5 статьи 5, пунктов 1, 2, 3 части 1 статьи 25 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 – ФЗ «О рекламе».
2. Выдать ИП Васильеву Н.В. (ИНН 026503129491, ОГРНИП 313028000025077) предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Марийского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении в соответствии со статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

*Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.*

Приложение: копия газеты «Вестник здоровья» в 1 экз. на 7 л.

Председатель Комиссии

Члены Комиссии