

ПОСТАНОВЛЕНИЕ №51

О ПРИВЛЕЧЕНИИ К АДМИНИСТРАТИВНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ПО ДЕЛУ ОБ АДМИНИСТРАТИВНОМ ПРАВОНАРУШЕНИИ

09 июня 2020 год город Курган

время: 11 часов 00 минут

Руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Курганской области (далее по тексту – Курганское УФАС России) <...>, рассмотрев протокол об административном правонарушении № 59 от 22.05.2019 года и другие материалы дела об административном правонарушении № 045/04/14.3-59/2020, возбужденного в отношении индивидуального предпринимателя Щербуха Семена Геннадьевича (ИНН 771596374329 г. Москва, Алтуфьевское ш., д. 13, корп. 2, кв. 287) (уведомлен надлежаще),

в отсутствие ИП Щербуха С.Г., его защитника (уведомлен надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

16 января 2020 года в Управление Федеральной антимонопольной службы по Курганской области (далее – Курганское УФАС России) поступило заявление <...> (далее по тексту – Заявитель).

Заявитель просит провести проверку соответствия требованиям рекламного законодательства Российской Федерации рекламы, размещенной в печатном издании «Вестник здоровья», которое распространялось на территории города Кургана в период: декабрь 2019 года.

По результатам рассмотрения заявления Курганским УФАС России установлено следующее.

Курганское УФАС России провело анализ печатного издания «Вестник здоровья», содержащего рекламу биологически активных добавок: «Артролакс», «Остеоброн», «Алкозамин», «Гельмикар», «Отика», «Тристор», «Аденовит», «Фемилонг», «Кардонис», «Тривенал», «Антикреп», «Мегаферон», «Экзапсан», «Глидикс», «Алтагрин», «Гермунал», «Леникор», «Идеалекс», «Лигаста», «Хрусталекс», «Зоревит», с информацией о проведении выставок – продаж.

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: «Артролак», «Остеоброн», «Алкозамин», «Гельмикар», «Отика», «Трилор», «Аденовит», «Фемилонг», «Кардонис», «Тривенал», «Антикреп», «Мегаферон», «Экзапсан», «Глидикс», «Алтагрин», «Гермунал», «Леникор», «Идеалекс», «Лигаства», «Хрусталекс», «Зоревит».

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, Кургаснкое УФАС России 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:

1. 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;
2. 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;
3. 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 «**Артролакс**» имеет свидетельство о государственной регистрации серии RU.77.99.88.003.E.003550.08.18 от 15.08.2018; биологически активная добавка к пище «**Алкозамин**» имеет свидетельство о государственной регистрации серии RU.77.99.11.003.E.005386.12.18 от 04.12.2018 года; биологически активная добавка к пище «**Трилор**» имеет свидетельство о государственной регистрации серии RU.77.99.88.003.E.003916.09.18 от 10.09.2018; биологически активная добавка к пище «**Аденовит**» имеет свидетельство о государственной регистрации серии RU.77.99.11.003.E.002171.06.19 от 21.06.2019; биологически активная добавка к пище «**Идеалекс**» имеет свидетельство о государственной регистрации серии RU.77.99.11.003.E.005384.12.18 от 04.12.2018; биологически активная добавка к пище «**Зоревит**» имеет свидетельство о государственной регистрации серии RU.77.99.88.003.E.003549.08.18 от 15.08.2018;

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 хориоренитинит», «сахарный диабет», «пиелонефрит», «цистит», «радикулит», «невралгия», «артрит», «артроз», «паралич», «отит», «воспаление слуховой трубы», «псориаз» и многие другие.

В 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.

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.

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.

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 рекламодатель-распространитель.

По информации, представленной ПАО «Ростелеком» номер телефона для справок и заказов, указанный в печатном издании «Вестник здоровья» - 88003010103 выделен абоненту ИП Щербухе Семену Геннадьевичу по договору №11Ю-00019/13-084 от 19.12.2012 года.

Таким образом, рекламодателем и рекламодателем является ИП Щербуха Семен Геннадьевич.

Должностное лицо, осуществляющее производство по делу об административном правонарушении, оценив в порядке статьи 26.11 КоАП РФ доказательств по своему внутреннему убеждению, основанному на всестороннем, полном и объективном исследовании всех обстоятельств дела в их совокупности, приходит к следующим выводам.

Частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ установлено, что 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.

Действия ИП Щербуха С.Г., выразившиеся в нарушении пунктов 2, 3 части 1 статьи 25 Закона о рекламе в части распространения печатного издания «Вестник здоровья» с ненадлежащей рекламой, признается нарушением, которое образует состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Согласно части 2 статьи 2.4 КоАП РФ лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, совершившие административные правонарушения, несут административную ответственность как должностные лица, если настоящим Кодексом не установлено иное.

В соответствии с частью 1 статьи 2.4 КоАП РФ Административной ответственности подлежит должностное лицо в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

Место совершения административного правонарушения: г. Курган.

Время совершения административного правонарушения: 2019 год.

Объектом административного правонарушения является общие и специальные требования к процессу производства, размещения и распространения рекламы.

Объективную сторону административного правонарушения составляют действия ИП Щербуха С.Г. по распространению печатного издания «Вестник здоровья» с ненадлежащей рекламой.

Субъективная сторона административного правонарушения выражена в форме неосторожности.

Срок давности привлечения к административной ответственности, установленный частью 1 статьи 4.5 КоАП РФ, на момент составления протокола об административном правонарушении не истек (истекает декабрь 2020 года).

ИП Щербуха С.Г. Курганским УФАС России ранее привлекался к административной ответственности по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ (Постановление № 145 о назначении наказания по делу об административном правонарушении № 045/04/14.3-148/2019 от 17.12.2019 года).

Учитывая характер правонарушения, материальное положение лица, при отсутствии смягчающих обстоятельств, установленных статьей 4.2 КоАП РФ, в отсутствие отягчающих обстоятельств, установленных статьей 4.3 КоАП РФ, руководствуясь статьями 3.4, 4.1.1, 14.3, 23.48, 24.5, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛА:

1. Признать индивидуального предпринимателя Щербуха Семена Геннадьевича (ИНН 771596374329 г. Москва, Алтуфьевское ш., д. 13, корп. 2, кв. 287) виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного части 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

2. Применить к индивидуальному предпринимателю Щербуха Семену Геннадьевичу (ИНН 771596374329 г. Москва, Алтуфьевское ш., д. 13, корп. 2, кв. 287) меру административной ответственности в виде административного штрафа в размере 5 000 (пять тысяч) рублей.

В соответствии со статьей 29.11 КоАП РФ резолютивная часть постановления объявлена немедленно.

В соответствии с частью 1 статьи 32.2 КоАП РФ штраф должен быть уплачен не позднее 60 дней со дня вступления постановления о наложении штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 КоАП РФ.

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

Сумма административного штрафа должна быть перечислена в федеральный бюджет через банк или иную кредитную организацию на счет федерального казначейства по следующим реквизитам:

Извещение Наименование получателя платежа:

ИНН 4501099573 КПП 450101001 УФК по Курганской области (Курганское УФАС России) р/с 40101810000000010002 в ГРКЦ ГУ Банка России по Курганской области г. Курган БИК 043735001.

Начисление платежа:

КБК 161 1 16 01 141 01 0003 140; ОКТМО 37 701 000

Наименование платежа: Административный штраф по постановлению № 51 от 09.06.2020 года за совершение административного правонарушения,

предусмотренного ч. 1 ст.14.3 КоАП РФ.

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

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

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

Руководитель <...>