

Исх. №ГШ-08/9582 от 18.06.2018

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе <...> – (должностное лицо) – заместитель руководителя, рассмотрев материалы в отношении ИП <...> (ИНН: 710406240584; ОГРНИП: 316715400099410; <...>) на предмет соблюдения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее Закон «О рекламе»),

УСТАНОВИЛ:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Управление) на рассмотрение поступило обращение (Вх. №<...> от 20.04.2018 г.) по факту распространения рекламы биологически активных добавок (далее – БАД) в газете «Народная медицина».

В соответствии с пунктом 1 части 1 статьи 25 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «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 2 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.

Согласно пункту 3 части 1 статьи 25 Закона «О рекламе» реклама биологически активных добавок и пищевых добавок не должна содержать выражение благодарности физическими лицами в связи с применением таких добавок.

На странице 1 газеты «Народная медицина» содержится реклама БАДа (свидетельство RU.77.99.11.003.E.006905.06.15 от 05.06.2015 года) с текстом «Прием бальзама «Потенцианорм» способствует избавлению от аденомы и простатита», которая вводит потребителя в заблуждение, создавая впечатление о том, что рекламируемый товар обладает лечебными свойствами.

Вышеуказанная реклама БАДа сопровождается комментариями людей с указанием данных например: «Симонова Раиса Ивановна, г. Москва ... Аденома уменьшилась в размерах. Спасибо вам огромное! Вы спасли мужа от мучений и операции! », в которых содержатся конкретные случаи излечения и благодарности в связи с применением добавок.

Также на странице 1 газеты «Народная медицина» содержится ссылка на интернет с а й т : [www.a-fito.ru](http://www.a-fito.ru), на одном из страниц которого: [http://a-fito.ru/produkciya/bal\\_zam\\_potencianorm/](http://a-fito.ru/produkciya/bal_zam_potencianorm/) размещена реклама вышеуказанного БАДа (Акт осмотра и исследования сайта от 08 мая 2018 года).

На странице 4 газеты «Народная медицина» содержится информация о проведении выставок-продаж вышеуказанного БАДа 17 марта 2018 года в г. Набережные Челны в ДК «КАМАЗ».

В пункте 1 статьи 3 Закона «О рекламе» дано понятие рекламы — 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 пункту 2 статьи 3 Закона «О рекламе» объектом рекламирования является 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.

Учитывая правовой смысл и содержание приведенных понятий рекламы и объекта рекламирования, 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, а также об изготовителе (продавце) такого товара, то есть объекту рекламирования в целом.

Информация, распространявшаяся в газете «Вестник здоровья» содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; распространена посредством рекламной вывески; преследует строго заданные цели информирования: продвижение на рынке, призвана формировать и поддерживать интерес к услугам и товарам, предоставляемым, производимым соответствующим рекламодателем.

<...>

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу № 08-130/2018 по признакам нарушения пункта 1, пункта 2, пункта 3 части 1 статьи 25 Закона «О рекламе».

2. Назначить дело № 08-130/2018 к рассмотрению на 11 июля 2018 года в 14 час. 30 мин. по адресу: г. Казань, ул. Московская, д. 55, 2-й этаж, зал заседаний.

3. Признать лицом, участвующими в деле, в действиях которого содержатся признаки нарушения Федерального закона «О рекламе» ИП <...>.

4. ИП <...> в срок до 29 июня 2018 года представить в Татарстанское УФАС России надлежащим образом заверенные копии следующих документов и материалов:

письменное объяснение по факту распространения вышеназванной рекламы;

иные документы и сведения, имеющие значение для дела, при наличии возражений – нормативное и документальное их обоснование.

В случае если какие-либо пункты не реализованы (отсутствуют), указать мотивированную причину отсутствия данных документов или сведений.

При подготовке ответа на данный запрос, просим формировать ответ по пунктно, согласно списку запрашиваемой информации, а также в сопроводительном письме необходимо указать ссылку на исходящий номер <...> указанный в левом верхнем углу первой страницы запроса.

Явка ИП <...>., в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна.

<...>

(должностное лицо)