

РЕШЕНИЕ

21 июля 2016 года

г. Челябинск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе в составе (далее - Комиссия):

председатель Комиссии:	<...> – заместитель руководителя – начальник отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией;
члены Комиссии:	<...> – специалист-эксперт отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией;
	<...> – специалист-эксперт отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией,

рассмотрев дело № 22-08/2016, возбужденное по признакам нарушения требований пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» по факту распространения по почтовым ящикам многоквартирного дома по адресу: город Магнитогорск, ул. Советская, д. 145/1 рекламы продукции под маркой «Рецепты Сибири»,

УСТАНОВИЛА:

в Управление Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области (далее – Челябинское УФАС России) обратилось физическое лицо с заявлением по факту распространения по почтовым ящикам в городе Магнитогорске рекламы продукции под маркой «Рецепты Сибири», которая, по мнению заявителя, нарушает требования рекламного законодательства.

Из представленных заявителем материалов следует, что информация о препаратах с наименованием «Сибирский целебник», «Эректовит», «Экстракт алоэ с аденозином и витамином В», масло «Сибирское плюс», «Кардиплюс», бальзам «Сибирский плюс», «Медисил», «Остенол» распространяется в виде газеты, которая содержит информацию о профилактике и оздоровлении при различных заболеваниях, отзывы физических лиц, которые использовали указанные

препараты, ссылки на исследования, номер телефона <...>, по которому можно получить бесплатную консультацию, сведения о выставке-продаже в период с 02 марта по 09 марта, а также информацию о том, что под торговой маркой «Рецепты Сибири» объединены три крупнейших производителя оздоровительной продукции ООО «НПК «Апифитогруп», ООО «Амулет Здоровья», ООО «МНПХ «Созвездие мечты». При этом последняя страница газеты содержит сведения: «Остерегайтесь подделок! Не является лекарственным средством».

Вместе с тем, препараты с наименованием «Сибирский целебник», «Эректовит», «Экстракт алоэ с аденозином и витамином В», масло «Сибирское плюс», «Кардиплюс», бальзам «Сибирский плюс», «Медисил», «Остенол» не зарегистрированы в качестве лекарственных средств, поскольку в Государственном реестре лекарственных средств, размещенном на Интернет-сайте www.grls.rosminzdrav.ru, сведения об этом отсутствуют, что отражено в акте осмотра № 40-2016 от 14.03.2016. Следовательно, эликсир «Сибирский целебник», «Эректовит», «Экстракт алоэ с аденозином и витамином В», масло «Сибирское плюс», «Кардиплюс», бальзам «Сибирский плюс», «Медисил», «Остенол» не являются лекарственными средствами.

Таким образом, в силу положений Федерального закона «О рекламе» реклама таких средств не должна содержать сведений, указывающих на их лечебные свойства.

Согласно выписке из реестра Российской системы и плана нумерации, размещенной на официальном сайте Федерального агентства связи, телефонный номер <...>, указанный в рекламе и по которому можно получить бесплатную консультацию, входит в ресурс нумерации оператора связи ПАО «Ростелеком».

На запрос Челябинского УФАС России ПАО «Ростелеком» представлены письменные пояснения, согласно которым телефонный номер <...> предоставлен абоненту ИП <...> в рамках договора № 11Ю-00015/14-124Д на оказание Услуги интеллектуальной сети связи «Бесплатный вызов» с предоставлением интеллектуального номера в КДУ «800» от 31.01.2014.

Реклама препаратов под маркой «Рецепты Сибири», распространяемая в виде газеты, содержит информацию о проведении выставки-продажи в г. Магнитогорске 02 марта и 09 марта 2016 года по адресам:

- 1) театр кукол и актера «Буратино», ул. Бориса Ручьева, д. 7А (с 09:00 до 10:00);
- 2) кафе «Султан», ул. Труда, д. 43А (с 11:00 до 12:00);
- 3) кинотеатр «Современник», ул. Грязнова, д. 28 (с 13:00 до 14:00);
- 4) театр оперы и балета, ул. Ленина, д. 16 (с 15:00 до 16:00);
- 5) ДК «Орджоникидзе», ул. Набережная 1 (с 17:00 до 18:00).

В связи с чем антимонопольным органом запрошены сведения о проведении выставки-продажи продукции под маркой «Рецепты Сибири» по указанным адресам в городе Магнитогорске.

В материалы дела поступили письменные пояснения Муниципального бюджетного

учреждения культуры «Магнитогорский театр оперы и балета» (далее – МБУК «МТОиБ») о том, что 02 марта 2016 года между муниципальным учреждением культуры и ИП <...> заключен договор оказания услуг от 02.03.2016, предметом договора которого выступает проведение мероприятия «Выставка-продажа», не связанного с культурной деятельностью. Оплата услуг по указанному договору подтверждается платежной накладной № 428 от 22.03.2016.

Материалы дела также содержат пояснения Муниципального бюджетного учреждения культуры Магнитогорский театр куклы и актера «Буратино» (далее – МБУК «МТК и А «Буратино»), в соответствии с которыми муниципальное учреждение предоставило ИП <...> во временное пользование часть нежилого помещения для целей не связанных с культурной деятельностью на основании договора оказания услуг от 02.03.2016. Оказание услуг, предусмотренных указанным договором, в полном объеме подтверждается актом № 00000039 от 02.03.2016.

Рассмотрение заявления и материалов приводит к следующим выводам.

В городе Магнитогорске распространялась реклама продукции под маркой «Рецепты Сибири» «Сибирский целебник», «Эректовит», «Экстракт алоэ с аденозином и витамином В», масло «Сибирское плюс», «Кардиплюс», бальзам «Сибирский плюс», «Медисил», «Остенол») в виде газеты посредством почтовых ящиков.

Статьей 3 Федерального закона «О рекламе» определено, что 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.

Так, информация о препаратах марки «Рецепты Сибири», распространяемая в городе Магнитогорске в виде газеты, отвечает признакам рекламы, следовательно, на нее распространяются требования рекламного законодательства.

В соответствии с пунктом 6 части 5 статьи 5 Федерального 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 лечения, изделий медицинского назначения и медицинской техники.

По смыслу указанной нормы указание на лечебные свойства рекламируемых препаратов допустимо, в частности в рекламе лекарственных средств.

Челябинским УФАС России установлено, что препараты с наименованием «Сибирский целебник», «Эректовит», «Экстракт алоэ с аденозином и витамином В», масло «Сибирское плюс», «Кардиплюс», бальзам «Сибирский плюс», «Медисил», «Остенол» не зарегистрированы в качестве лекарственных средств, так как в Государственном реестре лекарственных средств, размещенном на Интернет-сайте www.grls.rosminzdrav.ru, сведения об этом отсутствуют, что подтверждается актом осмотра № 40-2016 от 14.03.2016.

На лечебные свойства препаратов под маркой «Рецепты Сибири» указывают,

присутствующие в рекламе сведения такие как: «...быстро и эффективно способствуют...», «...полезное действие ... разнообразно...», «...список заболеваний, при которых применяют...», «...помогает нормализовать процессы в организме...» и т.д.

Данная информация, размещенная в рекламе под видом газеты направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц именно к препаратам не являющимся лекарственным средствам. Следовательно, такая реклама препаратов под маркой «Рецепты Сибири», содержащая указание на их лечебные свойства нарушает требование пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Реклама в виде печатного издания содержит сведения о контактном номере <...>, ссылку на сайт www.рецепты-сибири.com. Материалы дела содержат копию договора № 11Ю-00015/14-124Д на оказание Услуги интеллектуальной сети связи «Бесплатный вызов» с предоставлением интеллектуального номера в КДУ «800» от 31.01.2014, заключенного между ПАО «Ростелеком» и ИП <...>, согласно которому ПАО «Ростелеком» оказывает ИП <...> услугу с предоставлением интеллектуального номера <...>.

Согласно выписке из единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей (далее – ЕГРИП) основным видом деятельности ИП <...> является розничная торговля косметическими и парфюмерными товарами (52.6 по ОКВЭД), дополнительно индивидуальный предприниматель осуществляет, в частности розничную торговлю вне магазинов (52.1 по ОКВЭД).

В материалах дела также имеется доказательство проведения выставки-продажи ИП <...> в городе Магнитогорске на основании договоров оказания услуг от 02.03.2016, заключенных между индивидуальным предпринимателем и МБУК «МТОиБ», МБУК «МТК и А «Буратино».

Таким образом, принимая во внимание принадлежность абонентского номера <...>, который указан в рекламе в виде печатного издания, проведение выставки-продажи продукции под маркой «Рецепты Сибири» ИП <...> и осуществление предпринимателем деятельности по розничной торговле, Комиссия приходит в выводу о том, что данная реклама распространена в интересах ИП <...>.

Пунктом 4 статьи 3 Закона «О рекламе» предусмотрено, что реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодаделец.

Рекламодателем является ИП <...>, как лицо определившее объект рекламирования и содержание рекламы, что следует из анализа материалов дела.

Поскольку по состоянию на 21 июля 2016 года ИП <...> не представлено документов, материалов с указанием на прекращение распространения рекламы продукции под маркой «Рецепты Сибири», не соответствующей требованиям

пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», Комиссия считает возможным выдать ИП <...> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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 продукции под маркой «Рецепты Сибири», распространенную в виде газеты ИП <...> в городе Магнитогорске посредством почтовых ящиков, поскольку в ней нарушены требования пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ИП <...> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ИП <...>.

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