

## РЕШЕНИЕ

Дата принятия решения: 16 июля 2014 года

Г.

Иваново

Комиссия Ивановского УФАС России по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе (далее - Комиссия):<...> ,

рассмотрев дело № 02-35/2014-008, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

- в отсутствие лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе: ИП Камбулатовой Т.<...> М.<...> (<...>),

### УСТАНОВИЛА:

Ивановским УФАС России выявлен факт распространения на территории г.Иваново рекламы с признаками нарушения действующего законодательства Российской Федерации. Так, в г. Иваново распространялась печатная листовка «Здоровая семья», в которой рекламировались биологически активные добавки (БАД) и пищевые добавки (бальзам «Алтайский целитель», «Каменное масло +7», «Сибирская лиственница +7», крем «Доброддея живичный +7») с признаками нарушения п.10 и п.11 ч.3 ст. 5, п. 4 и п.6 ч. 5 ст.5, ч.7 ст.5, п.1, 2, 3 и 5 ч.1 и ч.1.1 ст.25 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

Согласно п.10 и п.11 ч.3 ст. 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о рекомендациях физических или юридических лиц относительно объекта рекламирования либо о его одобрении физическими или юридическими лицами; о результатах исследований и испытаний.

В соответствии с п. 4 и п.6 ч. 5 ст.5 Закона о рекламе в рекламе не допускаются:

- использование образов медицинских и фармацевтических работников, за исключением такого использования в рекламе медицинских услуг, средств личной гигиены, в рекламе, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники, в рекламе, распространяемой в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, в рекламе, размещенной в печатных изданиях, предназначенных для медицинских и фармацевтических работников;

- 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.

В п.1, 2, 3 и 5 ч.1 ст.25 Закона о рекламе установлено, что реклама биологически активных добавок и пищевых добавок не должна:

- создавать впечатление о том, что они являются лекарственными средствами и

(или) обладают лечебными свойствами;

- 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;

- создавать впечатление о преимуществах таких добавок путем ссылки на факт проведения исследований, обязательных для государственной регистрации таких добавок, а также использовать результаты иных исследований в форме прямой рекомендации к применению таких добавок.

При этом согласно ч.1.1 ст. 25 Закона о рекламе реклама биологически активных добавок в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством. В данной рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах, при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд, и такому предупреждению должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

В указанной рекламной листовке содержится информация о дате, времени и месте проведения выставки-продажи рекламируемых товаров. В рамках совместного рейда Ивановского УФАС России и УМВД России по Ивановской области 24 января 2014 года было установлено, что рекламируемые товары продавались в здании **по адресу: г.Иваново**, ул. Карла Маркса, д. 62/107 (бывший ДК «Железнодорожников») на основании заключенного между ИП Камбулатовой Т.М. и **АГУИО «Областной координационно-методический центр культуры и творчества»** договора от 30.12.2013 на оказание услуг по организации проведения мероприятия №10114.

Факт распространения указанной рекламы подтверждается: печатной листовкой «Здоровая семья».

Ивановским УФАС России по данному факту 17 июня 2014 года возбуждено дело № 02-35/2014-008 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия пришла к следующим выводам.

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

Согласно ст. 3 Закона о рекламе реклама – это информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирования и поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке.

Рассматриваемая информация подпадает под определение рекламы и содержит все её признаки:

- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания, в том числе, к следующим товарам: бальзам «Алтайский целитель», «Каменное масло +7», «Сибирская лиственница +7», крем «Добродея живичный +7»;
- призвана формировать и поддерживать интерес к объектам рекламирования, способствует их продвижению на рынке.

Вместе с тем, в рекламной листовке содержится следующее описание указанных товаров:

- «Каменное масло +7» можно применять почти при всех заболеваниях, т.к. оно повышает защитные функции организма. Положительные результаты наблюдались при ОРЗ, ОРВИ, гриппе, диабете, онкологии, болезнях печени, геморрое, инфекциях, костнотуберкулезных процессах, головных болях.

- В бальзаме «Алтайский целитель» природные компоненты содержатся в виде медовых вытяжек. Доказано: они способствуют быстрому и гармоничному предотвращению воспалительных, инфекционных, нервных, сердечно-сосудистых, гормональных изменений, устранению нарушений в пищеварительной системе, половых органах, опорно-двигательном аппарате, при кожных заболеваниях.

- Курсовой прием «Сибирской лиственницы +7» нормализует давление при хронической гипер- или гипотении. Ежедневное употребление комплекса «Сибирская лиственница +7» способствует устранению последствий пагубного воздействия внешних условий (радиация, ГМО, электромагнитные излучения, плохая экология и т.д.).

Также в тексте рассматриваемой рекламы приведены благодарности потребителей с упоминанием конкретных случаев излечения, среди которых:

- «у меня рак кишечника. <...> За год я не только получил от «Алтайского целителя» прекращение метастазирования и избавился от боли...»;

- «сейчас почти не пью таблетки, потому что пользовалась «Каменным маслом +7». Боли в суставах прошли благодаря «Живице +7». Варикоз стал менее заметен, голова меньше болит»;

- «Больше я не употребляю таблетки и разные лекарства. Не принимаю ничего кроме ваших продуктов».

Кроме того, в рекламной листовке упоминаются: ДЦП, аутизм, синдром Дауна, рак кишечника, варикоз, аритмия, стенокардия, язва желудка и 12-перстной кишки, сахарный диабет, ОРЗ, ОРВИ, грипп, гипертония, геморрой, дистрофия хрусталика, остеохондроз, хронический бронхит и др.

В [п. 23](#) постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» разъясняется следующее: если в рекламе содержится название заболевания (или его

симптоматика) и одновременное упоминание продукта как средства, оказывающего лечебно-профилактический эффект, такая реклама создает впечатление о том, что рекламируемые товары являются лекарственными средствами (обладают лечебным эффектом).

Из анализа текста рассматриваемой рекламы следует, что она создает впечатление, что указанные продукты обладают лечебными свойствами, положительно влияют на течение болезни. Однако рекламируемые товары не являются лекарственными средствами.

Согласно [ст. 4](#) Федерального закона от 22.06.1998 № 86-ФЗ «О лекарственных средствах» (далее - Закон о лекарственных средствах) лекарственные средства это вещества, применяемые для профилактики, диагностики, лечения болезни, предотвращения беременности, полученные из крови, плазмы крови, а также органов, тканей человека или животного, растений, минералов, методами синтеза или с применением биологических технологий. К лекарственным средствам относятся также вещества растительного, животного или синтетического происхождения, обладающие фармакологической активностью и предназначенные для производства и изготовления лекарственных средств (фармацевтические субстанции).

[Статьей 19](#) Закона о лекарственных средствах предусмотрено, что лекарственные средства могут производиться, продаваться и применяться на территории Российской Федерации, если они зарегистрированы федеральным органом исполнительной власти, в компетенцию которого входит осуществление государственного контроля и надзора в сфере обращения лекарственных средств.

[Приказом](#) Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 30.10.2006 № 736 утвержден Административный регламент Федеральной службы по надзору в сфере здравоохранения и социального развития по исполнению государственной функции по государственной регистрации лекарственных средств, которым установлено, что документом, подтверждающим факт государственной регистрации лекарственного средства, является регистрационное удостоверение.

Документы, подтверждающие тот факт, что рекламируемые товары являются лекарственными средствами, в материалах дела отсутствуют.

В своих письменных пояснениях (вх. № 1719 от 27.05.2014) ИП Камбулатова Т.М. сообщила, что является рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы, которая доводилась до жителей Ивановской области через почтовые ящики в целях информирования о проведении выставки-продажи. Также ИП Камбулатова Т.М. пояснила, что рекламируемые товары являются продуктами питания.

В материалы дела представлены сведения, согласно которым:

- крем «Доброддея живичный +7» является косметическим средством для интимной гигиены;
- бальзам «Алтайский целитель» - это безалкогольный медово-растительный

бальзам;

- «Сибирская лиственница +7» - бальзам лиственничный растительный;
- «Каменное масло +7» - это соль пищевая с витаминно-минеральными добавками.

При этом бальзам «Сибирская лиственница +7» в соответствии требованиями СанПиН 2.3.2.1078-01 Приложение №1 п. 1.8.5.5 отнесен к напиткам - сиропам непастеризованным, бальзам «Алтайский целитель» в соответствии требованиями СанПиН 2.3.2.1078-01 Приложение №1 п. 1.5.6 - к кондитерским изделиям (мед).

В ст.1 Федерального закона от 02.01.2000 № 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов» определено, что:

- пищевые продукты - продукты в натуральном или переработанном виде, употребляемые человеком в пищу (в том числе продукты детского питания, продукты диетического питания), бутилированная питьевая вода, алкогольная продукция (в том числе пиво), безалкогольные напитки, жевательная резинка, а также продовольственное сырье, пищевые добавки и биологически активные добавки;
- пищевые добавки - 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;
- биологически активные добавки - природные (идентичные природным) биологически активные вещества, предназначенные для употребления одновременно с пищей или введения в состав пищевых продуктов.

Из изложенного следует, что рекламируемые товары нельзя отнести к пищевым либо биологически активным добавкам. Таким образом, рассматриваемая реклама не подпадает под регулирование ст.25 Закона о рекламе.

Однако, поскольку как лекарственные средства рекламируемые продукты не зарегистрированы, это исключает возможность указания в рекламе на их лечебные свойства.

Вместе с тем, 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.

Также в соответствии с 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.

На рассмотрение дела №02-35/2014-008 ИП Камбулатова Т.М. не явилась, ранее в Ивановское УФАС России поступило заявление о рассмотрении дела в ее

отсутствие (вх. №186ф от 16.07.2014).

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 печатную рекламную листовку «Здоровая семья», в которой рекламировались бальзам «Алтайский целитель», соль «Каменное масло +7», бальзам «Сибирская лиственница +7», крем «Добродея живичный +7», ненадлежащей рекламой, поскольку в ней нарушены требования п.2, п.10 и п.11 ч.3, п.6 ч.5 и ч.7 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ИП Камбулатовой Т.М. предписание о прекращении нарушения п.2, п.10 и п.11 ч.3, п.6 ч.5 и ч.7 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Ивановского УФАС России для решения вопроса в соответствии с ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 22 июля 2014 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном ст. 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Подписи членов Комиссии

## **ПРЕДПИСАНИЕ**

### **О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА**

### **РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ**

22 июля 2014 года

г. Иваново

Комиссия Ивановского УФАС России по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе (далее - Комиссия):<...>,

на основании своего решения от 16 июля 2014 года по делу № 02-35/2014-008 о признании ненадлежащей рекламы, распространяемой ИП Камбулатовой Т.М., в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ИП Камбулатовой Т.<...> М.<...> (<...>) устранить выявленные нарушения п.2, п.10 и п.11 ч.3, п.6 ч.5 и ч.7 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», для чего в срок **до 20 августа 2014 года** прекратить распространение ненадлежащей рекламы бальзамов «Алтайский целитель» и «Сибирская лиственница +7», крема «Доброддея живичный +7» и соли «Каменное масло +7» с указанием на лечебные свойства (положительное влияние на течение болезней) указанных товаров, а также не соответствующих действительности сведений о назначении и их потребительских свойствах, их одобрении физическими лицами, результатах исследований.

2. ИП Камбулатовой Т.М. представить в Ивановское УФАС России письменные доказательства исполнения п. 1 настоящего предписания в срок **до 27 августа 2014 года**.

Невыполнение в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе влечет привлечение к административной ответственности в соответствии с Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

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