

ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 108р-17/31-04-16р

о прекращении производства по делу

об административном правонарушении

«28» сентября 2017 года
Киров

г.

Руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области <...>, рассмотрев протокол № 108р-17/31-04-16р от 01.08.2017, составленный <...> – начальником отдела финансовых рынков и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области и материалы административного дела в отношении физического лица – <...>) по нарушению п. 1 ч. 1 ст. 25, ч. 1.1 ст. 25 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»),

УСТАНОВИЛ:

Решением Комиссии Кировского УФАС России по делу № 31/04-16р (резюльтивная часть решения оглашена 09 февраля 2017; в полном объеме решение изготовлено 10 февраля 2017) признана ненадлежащей реклама биологически активной добавки следующего содержания: «<...>Таким образом, БАД к пище <...>»: - компенсирует недостаток естественных пищевых волокон в пище человека; - необходим во время курсов по снижению веса; - рекомендован в качестве средства создающего иллюзию насыщения; - необходим в комплексных схемах по очищению организма; - выводит шлаки и токсины, образованные в результате повышенной физической нагрузки у спортсменов (антропотоксины); - улучшает функциональное состояние ЖКТ; - способствует стабильному снижению массы тела; - рекомендуется для профилактики застойных явлений в кишечнике.<...>» и «<...><...><...>компенсирует недостаток естественных пищевых волокон в пище человека; необходим во время курсов по снижению веса; рекомендован в качестве средства создающего иллюзию насыщения; необходим в комплексных схемах по очищению организма; выводит шлаки и токсины, образованные в результате повышенной физической нагрузки у спортсменов (антропотоксины); улучшает функциональное состояние ЖКТ; способствует стабильному снижению массы тела; рекомендуется для профилактики застойных явлений в кишечнике.<...>», поскольку в рекламе отсутствует предупреждение о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством, а также создается впечатление о лечебных свойствах продукта, не являющегося лекарственным средством, что нарушает требования п. 1 ч. 1 ст. 25, ч. 1.1 ст. 25 Федерального закона «О рекламе».

Решением установлено, что <...> являясь лицом, определившим содержание спорной рекламы, является рекламодателем по смыслу Федерального закона «О рекламе» и несет ответственность за нарушение требований п. 1 ч. 1 ст. 25, ч. 1.1 ст. 25 Федерального закона «О рекламе».

Нарушение заключается в следующем.

В Кировское УФАС России поступило заявление АО «АВВА РУС» о нарушении рекламного законодательства при размещении в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

на странице сайта <...> информации следующего содержания: «<...> Таким образом, БАД к пище «<...>»: - компенсирует недостаток естественных пищевых волокон в пище человека; - необходим во время курсов по снижению веса; - рекомендован в качестве средства создающего иллюзию насыщения; - необходим в комплексных схемах по очищению организма; - выводит шлаки и токсины, образованные в результате повышенной физической нагрузки у спортсменов (антропотоксины); - улучшает функциональное состояние ЖКТ; - способствует стабильному снижению массы тела; - рекомендуется для профилактики застойных явлений в кишечнике.<...>», и на странице сайта «<...>» информации следующего содержания: «<...><...>компенсирует недостаток естественных пищевых волокон в пище человека; необходим во время курсов по снижению веса; рекомендован в качестве средства создающего иллюзию насыщения; необходим в комплексных схемах по очищению организма; выводит шлаки и токсины, образованные в результате повышенной физической нагрузки у спортсменов (антропотоксины); улучшает функциональное состояние ЖКТ; способствует стабильному снижению массы тела; рекомендуется для профилактики застойных явлений в кишечнике.<...>», которая, по мнению заявителя, содержит признаки нарушения Федерального закона «О рекламе» (акт фиксации от 14.06.16 г.).

Согласно ст. 3 Федерального закона «О рекламе», рекламой является информация, распространяемая 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 понимается товар, средство его индивидуализации, 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. Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация, размещенная в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" на страницах: «<...>» и «<...>», адресована неопределенному кругу лиц (интернет пользователям), поскольку распространена посредством информационно-коммуникационной сети «Интернет», направлена на привлечение внимания потребителей к объекту рекламирования – биологически активной добавке «<...>», способствует формированию интереса к рекламируемым товарам и их продвижению на рынке и по своему содержанию является рекламой.

В соответствии с п. 1 ч. 1 ст. 25 Федерального 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 свидетельству о государственной регистрации № <...> от 12.03.2014 г., «<...>», производимый ООО «Восток», является биологически активной добавкой.

Согласно [пункту 23](#) Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» при применении [пункта 1 части 1 статьи 25](#) Федерального 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.

Антимонопольным органом установлено, что информация, размещенная в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на страницах: [<...>](#) и «<...>» размещена с нарушением п. 1 ч. 1 ст. 25 Федерального закона «О рекламе», поскольку фразы, указанные в рекламной статье о свойствах биологически активной добавки «<...>» указывают на

профилактические и лечебные свойства, так как заявляемые цели применения направлены на сохранение и укрепление здоровья, предупреждение возникновения заболеваний, устранение вредного влияния на здоровье человека факторов среды его обитания, устранение или облегчение проявлений заболеваний либо состояний, восстановление или улучшение здоровья и качества жизни человека, что соответствует понятиям «профилактика» и «лечение», сформулированным в статье 2 Федерального закона от 21.11.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации».

Таким образом, вышеуказанная информация размещена с нарушением п. 1 ч. 1 ст. 25 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с ч. 1.1 ст. 25 Федерального 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 видеослуживании, - 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 информации, размещенной в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на странице сайта: «<...>» следующего содержания: «<...>Таким образом, БАД к пище «<...>»: - компенсирует недостаток естественных пищевых волокон в пище человека; - необходим во время курсов по снижению веса; - рекомендован в качестве средства создающего иллюзию насыщения; - необходим в комплексных схемах по очищению организма; - выводит шлаки и токсины, образованные в результате повышенной физической нагрузки у спортсменов (антропотоксины); - улучшает функциональное состояние ЖКТ; - способствует стабильному снижению массы тела; - рекомендуется для профилактики застойных явлений в кишечнике.<...>» и на странице сайта «<...>» следующего содержания: «<...><...>компенсирует недостаток естественных пищевых волокон в пище человека; необходим во время курсов по снижению веса; рекомендован в качестве средства создающего иллюзию насыщения; необходим в комплексных схемах по очищению организма; выводит шлаки и токсины, образованные в результате повышенной физической нагрузки у спортсменов (антропотоксины); улучшает функциональное состояние ЖКТ; способствует стабильному снижению массы тела; рекомендуется для профилактики застойных явлений в кишечнике.<...>» необходимое предупреждение отсутствует. Таким образом, вышеуказанная информация размещена с нарушением ч. 1.1 ст. 25 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со ст. 38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение требований ст. 25 Федерального закона «О рекламе» несет рекламоатель.

Согласно пояснениям <...>, он самостоятельно определил содержание спорной рекламы, следовательно, <...> является рекламоателем.

Указанный факт нарушения законодательства РФ о рекламе в полном объеме подтверждается имеющимися материалами и решением по делу № 31/04-16р.

Срок давности привлечения лица к административной ответственности исчисляется с 14.06.2016 г. (дата акта осмотра сайта).

Ответственность за вышеуказанное нарушение законодательства РФ о рекламе предусмотрена ч. 5 ст. 14.3 КоАП РФ. В соответствии данной нормой нарушение рекламоателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на граждан в

размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от десяти тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от двухсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Согласно ч. 1 ст. 4.5 Кодекса РФ об административных правонарушениях срок давности привлечения к административной ответственности за нарушение рекламного законодательства составляет один год со дня совершения административного правонарушения. Срок давности привлечения лица к административной ответственности исчисляется с даты фиксации рекламы - 14.06.2016 год.

О дате, месте и времени рассмотрения протокола <...> считается надлежащим образом уведомленным (по адресу регистрации корреспонденцию не получает, конверт с протоколом и определением вернулся в Управление 18.09.2017).

<...> явку на рассмотрение протокола не обеспечил, представителя не направил, ходатайств не заявлял. Протокол рассмотрен в отсутствие <...>.

В ходе рассмотрения дела были исследованы все обстоятельства совершенного нарушения рекламного законодательства. Факты, изложенные в протоколе № 108р-17/31-04-16р об административном правонарушении от 01.08.2017 г., подтверждаются в полном объеме материалами дела № 31/04-16р.

В соответствии со ст. 2.1 Кодекса РФ об административных правонарушениях административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое настоящим Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Место и время совершения правонарушения: размещение рекламы следующего содержания: «<...>Таким образом, БАД к пище «<...>»: - компенсирует недостаток естественных пищевых волокон в пище человека; - необходим во время курсов по снижению веса; - рекомендован в качестве средства создающего иллюзию насыщения; - необходим в комплексных схемах по очищению организма; - выводит шлаки и токсины, образованные в результате повышенной физической нагрузки у спортсменов (антропотоксины); - улучшает функциональное состояние ЖКТ; - способствует стабильному снижению массы тела; - рекомендуется для профилактики застойных явлений в кишечнике.<...>» и «<...><...>компенсирует недостаток естественных пищевых волокон в пище человека; необходим во время курсов по снижению веса; рекомендован в качестве средства создающего иллюзию насыщения; необходим в комплексных схемах по очищению организма; выводит шлаки и токсины, образованные в результате повышенной физической нагрузки у спортсменов (антропотоксины); улучшает функциональное состояние ЖКТ; способствует стабильному снижению массы тела; рекомендуется для профилактики застойных явлений в кишечнике.<...>», на территории Кировской области, посредством сайта: «<...>» и сайта: «<...>»; дата размещения – 14.06.2016 (дата акта осмотра сайта).

Объектом административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч. 5 ст. 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях, являются общественные отношения в области рекламы биологически активных добавок.

Объективная сторона административного правонарушения - действия физического лица по определению содержания ненадлежащей рекламы биологически активной добавки, размещенной на территории Кировской области посредством сайта: <...>; следующего содержания: «<...>Таким образом, БАД к пище «<...>»: - компенсирует недостаток естественных пищевых волокон в пище человека; - необходим во время курсов по снижению веса; - рекомендован в качестве средства создающего иллюзию насыщения; - необходим в комплексных схемах по очищению организма; - выводит шлаки и токсины, образованные в результате повышенной физической нагрузки у спортсменов (антропотоксины); - улучшает

функциональное состояние ЖКТ; - способствует стабильному снижению массы тела; - рекомендуется для профилактики застойных явлений в кишечнике.<...>» и «<...><...>компенсирует недостаток естественных пищевых волокон в пище человека; необходим во время курсов по снижению веса; рекомендован в качестве средства создающего иллюзию насыщения; необходим в комплексных схемах по очищению организма; выводит шлаки и токсины, образованные в результате повышенной физической нагрузки у спортсменов (антропотоксины); улучшает функциональное состояние ЖКТ; способствует стабильному снижению массы тела; рекомендуется для профилактики застойных явлений в кишечнике.<...>», что привело к нарушению требований п. 1 ч. 1 ст. 25, ч. 1.1 ст. 25 Федерального закона «О рекламе».

Согласно ч. 1 ст. 2.3 КоАП РФ административной ответственности подлежит лицо, достигшее к моменту совершения административного правонарушения возраста шестнадцати лет.

<...>., являясь рекламодателем, определил содержание спорной рекламы и соответственно является субъектом административного правонарушения.

Поэтому, именно <..>> должен был предотвратить нарушение рекламного законодательства, однако его допустил.

В силу части 2 ст. 2.2 КоАП РФ административное правонарушение признается совершенным по неосторожности если лицо, его совершившее, предвидело возможность наступления вредных последствий своего действия (бездействия), но без достаточных к тому оснований самонадеянно рассчитывало на предотвращение таких последствий либо не предвидело возможности наступления таких последствий, хотя должно было и могло их предвидеть.

Субъективная сторона административного правонарушения характеризуется виной субъекта в форме неосторожности, поскольку <...>. не предвидел возможности наступления вредных последствий, хотя должен был и мог их предвидеть. Объективные обстоятельства, делающие невозможным исполнение установленных законодательством требований, при рассмотрении дела не установлены.

Таким образом, рассматриваемое правонарушение совершено по вине <..>. в форме неосторожности.

Совершенные физическим лицом <..>. действия по определению содержания ненадлежащей рекламы биологически активной добавки, размещенной на территории Кировской области посредством сайта: «<..>», в нарушение п. 1 ч. 1 ст. 25, ч. 1.1 ст. 25 Федерального закона «О рекламе», содержат состав административного правонарушения, предусмотренного ч. 5 ст. 14.3 КоАП РФ.

Учитывая тот факт, что срок привлечения к административной ответственности истек 14.06.2017, считаю целесообразным прекратить производство по делу об административном правонарушении.

Руководствуясь статьями 4.1, 4.5, ч.5 ст.14.3, 23.48, 24.5, 28.9, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПО С Т А Н О В И Л:

Производство по делу об административном правонарушении в отношении физического лица – <..> прекратить в связи с истечением срока давности привлечения к административной ответственности.

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях 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 Кодекса РФ об административных правонарушениях 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 управления

<..>