



У П Р А В Л Е Н И Е Ф Е Д Е Р А Л Ь Н О Й А
П О Р Е С П У Б Л И К Е К О М И
О П Р

О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА № Р 25-10/17 ПО ПРИЗНАКАМ НАРУШЕНИЯ
ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

03 октября 2017 года

№ 03-01/9509

Сыктывкар

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее - Коми УФАС России) по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, <...> Коми УФАС России, рассмотрев материалы по обращению Территориального органа Росздравнадзора по Республике Коми № 01-46/221 от 28.07.2017 (вх. № 4169 от 31.07.2017) по факту распространения в «Диспансерной книжке беременной» рекламы с признаками нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛА:

В Коми УФАС России поступило обращение Территориального органа Росздравнадзора по Республике Коми № 01-46/221 от 28.07.2017 (вх. № 4169 от 31.07.2017) по факту распространения в «Диспансерной книжке

беременной», в том числе рекламы кислородного коктейля, который не относится к лекарственным средствам и изделиям медицинского назначения.

В результате рассмотрения материалов обращения установлено следующее.

На одной из страниц «Диспансерной книжки беременной» размещена информация следующего содержания:

«Кислородный коктейль - это действительно полезно! Сегодня, кислородные коктейли – это недорогое и эффективное средство восстановления здоровья, идеальное лекарство от многих болезней, лучший товар для здоровья.

Применение кислородных коктейлей в оздоровительных целях способствует:

1. Повышению сопротивляемости организма к вирусным и инфекционным заболеваниям
2. Активизации работы иммунной системы
3. Повышению работоспособности, увеличению умственных возможностей человека
4. Снятию утомления и общей усталости

Оказывает прекрасное общетерапевтическое действие на весь организм, активно снабжая его кислородом и активизируя работу иммунной системы.

Результаты исследований свидетельствуют о выраженном положительном влиянии «кислородного коктейля», что позволяет считать целесообразным использование «кислородного коктейля» в комплексном лечении детей дошкольного (с 2-х лет) и младшего школьного возраста.

Кислородные коктейли особенно будут полезны беременным женщинам (для профилактики гипоксии плода, а также витаминной недостаточности, анемии и токсикозов у мамы).

Результат применения кислородных коктейлей поистине уникален! Употребление 1000 гр. Кислородного коктейля эквивалентно часовой прогулке в хвойном лесу.

В детских поликлиниках г. Сыктывкара:

№ 1 ул. Советская, 56

№ 2 ул. Коммунистическая, 59

Пей кислородный коктейль «Планета малышей» - весел будь и не болей!»

Согласно пункту 1 статьи 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.

В соответствии с пунктом 2 указанной статьи, объект рекламирования - 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.

По смыслу пункта 3 статьи Закона о рекламе товаром признаётся продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

ФАС России письмом № АД/61902/17 от 07.09.2017 (вх. № 5011 от 15.09.2017) представила разъяснения, в том числе относительно рассматриваемой информации.

По мнению специалистов ФАС России, размещённая в «Диспансерной книжке беременной» информация содержит указание на наименование кислородных коктейлей и место продажи таких коктейлей, а также выражение в виде слогана «Пей кислородный коктейль «Планета малышей» - весел будь и не болей! ... это действительно полезно», которая формирует интерес к кислородному коктейлю «Планета малышей», соответственно, указанная информация является рекламой.

Указанная информация содержит следующие признаки рекламы:

- распространена посредством размещения в «Диспансерной книжке беременной»;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – кислородному коктейлю, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Таким образом, рассматриваемая информация, распространенная посредством размещения в «Диспансерной книжке беременной», является рекламой.

Согласно пункту 6 части 5 статьи 5 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 профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации,

МЕДИЦИНСКИХ ИЗДЕЛИЙ.

В Государственном реестре лекарственных средств (<http://www.grls.rosminzdrav.ru/Default.aspx>) лекарственное средство с наименованием «кислородный коктейль» не зарегистрировано.

В Государственном реестре медицинских изделий и организаций (индивидуальных предпринимателей), осуществляющих производство и изготовление медицинских изделий (<http://www.roszdravnadzor.ru/services/misearch>), медицинское изделие с наименованием «кислородный коктейль» не зарегистрировано.

Таким образом, указанный в рекламе кислородный коктейль не является лекарственным средством и медицинским изделием.

Относительно информации о кислородном коктейле ФАС России письмом № АД/61902/17 от 07.09.2017 (вх. № 5011 от 15.09.2017) разъяснила, что используемое в рекламе выражение «недорогое эффективное средство восстановления здоровья, идеальное лекарство от многих болезней» является указанием на лечебные свойства объекта рекламирования, соответственно приведённая реклама содержит признаки нарушения пункта 6 части 5 статьи 5 Закона о рекламе.

Кроме того, из текста рекламы следует, что применение кислородных коктейлей в оздоровительных целях способствует: повышению сопротивляемости организма к вирусным и инфекционным заболеваниям, активизации работы иммунной системы, повышению работоспособности, увеличению умственных возможностей человека, снятию утомления и общей усталости.

Реклама утверждает, что кислородный коктейль оказывает прекрасное общетерапевтическое действие на весь организм, активно снабжая его кислородом и активизируя работу иммунной системы; указывает на выраженное положительное влияние кислородного коктейля, что позволяет считать целесообразным его использование в комплексном лечении детей дошкольного и младшего школьного возраста.

Также в рекламе говорится об особенной пользе кислородных коктейлей беременным женщинам (для профилактики гипоксии плода, а также витаминной недостаточности, анемии и токсикозов у мамы).

При таких обстоятельствах, рассматриваемая реклама размещена с признаками нарушения требований п. 6 ч. 5 ст. 5 Закона о рекламе.

В силу п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются

Другими продавцами.

Пленум ВАС РФ в пункте 29 Постановления от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указал, что при рассмотрении дел о признании рекламы недостоверной судам необходимо исходить из следующего. 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. В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение. Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами (пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе).

Применительно к использованию в рекламе терминов в превосходной степени действует презумпция несоответствия действительности таких терминов и утверждений, если рекламодаделец не подтвердит их истинность, предоставив документальные доказательства. При этом использование в рекламе сравнительной характеристики посредством утверждений в превосходной степени без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, означает возможность проведения такого сравнения по любому критерию.

Рассматриваемая реклама, в том числе содержит указание на то, что кислородный коктейль – «лучший товар для здоровья». При этом не называются конкретные товары для здоровья, с которыми производится сравнение, а также не указывается, чем конкретно данный товар превосходит аналоги.

Таким образом, в рекламе не указано конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

При таких обстоятельствах, рассматриваемая реклама размещена с признаками нарушения требований п. 6 ч. 5 и п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.

В соответствии с частями 6, 7 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных п. 6 ч. 5 ст. 5 Закона о рекламе, несут и рекламодаделец, и рекламодатель.

В силу ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе, несет рекламодаделец.

Согласно ч. 8 ст. 38 Закона о рекламе, рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в частях 6, 7 настоящей статьи, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламодаделец – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В силу п. 6 ст. 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Согласно п. 7 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Из имеющихся материалов усматривается, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ГБУЗ РК «КРПЦ».

Из информации, размещённой в «Диспансерной книжке беременной» следует, что данная книжка изготовлена информационным агентством «Север». В связи с чем, усматривается, что рекламопроизводителем является ООО «Информационное агентство «Север».

На основании изложенного, руководствуясь п. 2 ч. 1 ст. 33, ч. 1, 2 ст. 36 Закона о рекламе, п. 20, 24 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, п. 3.25 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12,

ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Возбудить производство по делу № Р 25-10/17 по признакам нарушения п. 6 ч. 5 и п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

2.1. заявителя – Территориальный орган Росздравнадзора по Республике Коми, адрес места нахождения: 167000, Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Куратова, д. 18;

2.2. лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, – ГБУЗ РК «КРПЦ», адрес места нахождения: 167000, Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Пушкина, д. 114, корпус 4;

2.3. заинтересованное лицо – ООО «Информационное агентство «Север», адрес места нахождения: 167000, Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Коммунистическая, д. 7.

3. Назначить дело № Р 25-10/17 к рассмотрению **на 26 октября 2017 года на 11 часов 00 минут** по адресу: Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Интернациональная, д. 160, корпус А.

4. ГБУЗ РК «КРПЦ» в срок не позднее 23 октября 2017 года представить следующие надлежащим образом заверенные копии документов и письменную информацию:

4.1. Копию устава ГБУЗ РК «КРПЦ» со всеми изменениями, дополнениями и приложениями на дату настоящего определения.

4.2. О рекламодателе, рекламораспространителе и рекламопроизводителе рассматриваемой рекламы (с указанием по каждому такому лицу: полного наименования, адреса места нахождения, Ф.И.О. руководителя, номеров тел./факса – для юридических лиц; Ф.И.О., адреса места регистрации - для физических лиц).

4.3. Копии всех документов со всеми изменениями, дополнениями и приложениями (в том числе, приказов, распоряжений, заявок, договоров, счетов, счетов-фактур, платежных поручений, актов выполненных работ), опосредующих производство, размещение и распространение рассматриваемой рекламы.

4.4. Письменные пояснения каждого последовательно совершенного действия, направленного на производство, размещение и распространение рассматриваемой рекламы.

4.5. Поясняющие, кто определил содержание рассматриваемой рекламы, ее наполнение, кем, когда и каким образом одобрена (утверждена, согласована) реклама, в случае, если реклама не утверждалась и не согласовывалась, представьте соответствующую поясняющую письменную информацию с указанием причин непринятия мер по согласованию.

4.6. О периоде распространения рассматриваемой рекламы, с указанием дат начала и окончания распространения; если распространение продолжается на дату представления ответа – с указанием соответствующей поясняющей информации и даты начала распространения.

4.7. О территории (укажите субъекты Российской Федерации)

распространения рассматриваемой рекламы.

4.8. О причинах размещения рассматриваемой рекламы без учета требований п. 6 ч. 5 ст. 5 Закона о рекламе.

4.9. О должностном лице ГБУЗ РК «КРПЦ», по вине которого произошло нарушение рекламного законодательства (с приложением копий приказа о назначении на должность, должностной инструкции, служебного контракта (договора, соглашения) со всеми дополнениями, изменениями на дату представления документов и указанием сведений о фактическом месте жительства должностного лица).

4.10. Паспортные данные (копию со 2-ой по 7-ую страницу паспорта) должностного лица, указанного в п. 4.9 настоящего определения, с указанием даты и места рождения, адреса регистрации по месту жительства.

4.11. Письменные объяснения должностного лица, указанного в пункте 4.9 настоящего определения, поясняющие обстоятельства размещения рассматриваемой рекламы в нарушение п. 6 ч. 5 ст. 5 Закона о рекламе, в том числе входил ли в должностные обязанности указанного должностного лица контроль за соответствием размещаемых рекламных материалов требованиям рекламного законодательства в период распространения рассматриваемой рекламы, со ссылкой на должностную инструкцию.

4.12. Оригинал «Диспансерной книжки беременной», в которой размещена рассматриваемая реклама.

5. ООО «Информационное агентство «Север» в срок не позднее 23 октября 2017 года представить следующие надлежащим образом заверенные копии документов и письменную информацию:

5.1. Копию устава ООО «Информационное агентство «Север» со всеми изменениями, дополнениями и приложениями на дату настоящего Определения.

5.2. О рекламодателе, рекламораспространителе и рекламопроизводителе рассматриваемой рекламы (с указанием по каждому такому лицу: полного наименования, адреса места нахождения, Ф.И.О. руководителя, номеров тел./факса – для юридических лиц; Ф.И.О., адреса места регистрации - для физических лиц).

5.3. Копии всех документов со всеми изменениями, дополнениями и приложениями (в том числе, приказов, распоряжений, заявок, договоров, счетов, счетов-фактур, платежных поручений, актов выполненных работ), опосредующих производство, размещение и распространение рассматриваемой рекламы.

5.4. Письменные пояснения каждого последовательно совершенного

действия, направленного на производство, размещение и распространение рассматриваемой рекламы.

5.5. Поясняющие, кто определил содержание рассматриваемой рекламы, ее наполнение, кем, когда и каким образом одобрена (утверждена, согласована) реклама, в случае, если реклама не утверждалась и не согласовывалась, представьте соответствующую поясняющую письменную информацию с указанием причин непринятия мер по согласованию.

6 . **ГБУЗ РК «КРПЦ»** обеспечить явку руководителя (с паспортом и документами, удостоверяющими служебное положение) и (или) представителя (с надлежащим образом оформленной доверенностью) для участия в рассмотрении дела.

7. **ООО «Информационное агентство «Север»** обеспечить явку руководителя (с паспортом и документами, удостоверяющими служебное положение) и (или) представителя (с надлежащим образом оформленной доверенностью) для участия в рассмотрении дела.

8 . **Территориальному органу Росздравнадзора по Республике Коми** обеспечить явку представителя (с надлежащим образом оформленной доверенностью) для участия в рассмотрении дела.

9. **О возможности рассмотрения дела в отсутствие лиц, участвующих в деле, сообщить не позднее 23 октября 2017 года, предварительно по факсу (8212) 21-41-29** или на электронный адрес: to11@fas.gov.ru и направить такое обращение по почте.

Примечание:

При ответе на настоящее определение необходимо соблюдение нумерации пунктов, по приложениям необходимо указать, к какому пункту определения они прилагаются, с указанием номера пункта.

В случае отсутствия документов и письменной информации по отдельным пунктам настоящего определения, укажите на их отсутствие с пояснением причин отсутствия и указанием источника, где запрашиваемое может быть получено.

Представленное на определение должно быть подписано уполномоченным лицом, прилагаемые копии надлежащим образом заверены, подтверждена их достоверность и полнота. Кроме того, документы объемом более 1 печатного листа должны быть представлены в прошитом виде и пронумерованы.

В соответствии с ч. 6 ст. 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях непредставление в федеральный

антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных законодательством о рекламе, а равно представление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо представление недостоверных сведений (информации) - влечет наложение административного штрафа на юридических лиц в размере от двадцати тысяч до двухсот тысяч рублей.

Председатель комиссии <...>