

ОПРЕДЕЛЕНИЕ № 06-10.1/19-2015 о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе 13 февраля 2015 года город Омск Председатель Комиссии Омского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе - заместитель руководителя Омского УФАС России, рассмотрев материалы, свидетельствующие о признаках нарушения обществом с ограниченной ответственностью «Источник здоровья» (далее – ООО «Источник здоровья») требований пункта 8 статьи 7; части 7 статьи 24; пункта 1 части 1 и части 1.1 статьи 25 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»), УСТАНОВИЛА: В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Управлением Федеральной антимонопольной службы по Омской области выявлен факт распространения по почтовым ящикам жилых домов в г. Омске листовок (январь 2015 года) с рекламой продукции и услуг компании «Источник здоровья» (сигареты Захарова, БАД, медицинские изделия, медицинские услуги). В указанной рекламе усматриваются признаки нарушения пункта 8 статьи 7; части 7 статьи 24; пункта 1 части 1 и части 1.1 статьи 25 Федерального закона «О рекламе».

1. В силу пункта 8 статьи 7 Федерального закона «О рекламе» реклама табака, табачной продукции, табачных изделий и курительных принадлежностей, в том числе трубок, кальянов, сигаретной бумаги, зажигалок не допускается. В нарушение указанной нормы в рекламной листовке размещена реклама табачной продукции - сигарет Захарова, специальных сигарет с патентованной формулой отвыкания от курения, изготовленных по ГОСТу с содержанием в дыме смолы 14 мг, никотина 1,2 мг.

2. Согласно части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд и должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства). Реклама медицинских услуг (миостимуляция, массаж), медицинских изделий (аппараты Алмаг, Дарсонваль, Мастер, тренажер для пресса ЕМ-35, ортопедические изделия, массажеры и др.), размещенная в рекламной листовке, не сопровождалась предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

3. В соответствии с пунктом 1 части 1 статьи 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. Реклама биологически активных добавок (пищевых добавок) может быть признана создающей впечатление, что они являются лекарственными средствами, то есть обладают лечебным эффектом, если в такой рекламе содержится название заболевания (или его симптоматики) и одновременное упоминание продукта как средства, оказывающего лечебно-профилактический эффект (пункт 23 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами

Федерального закона «О рекламе»). Анализ содержания рекламной информации в распространенной листовке позволяет сделать вывод о том, что реклама создает впечатление о лечебных свойствах БАД и входящих в их состав компонентов, их применении в медицинских целях для профилактики и лечения заболеваний, тогда как в соответствии со статьей 1 Федерального закона «О качестве и безопасности пищевых продуктов» БАД не могут использоваться для лечения и профилактики каких-либо заболеваний.

3.1. В соответствии с частью 1.1 статьи 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 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). Реклама БАД («Конжак капсулы», «Фужуньбао супер», «Сила императора», «Простати-нол», «Спулан», «Геладринк»), размещенная в указанной листовке, не сопровождалась предупреждением о том, что объекты рекламирования не являются лекарственными средствами. По определению (пункт 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации. В силу частей 6 и 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 8 статьи 7; частью 7 статьи 24; пунктом 1 части 1 и частью 1.1 статьи 25 Федерального закона «О рекламе», несут рекламодатель и рекламораспространитель. Рекламодателем и рекламораспространителем указанной рекламной информации является ООО «Источник здоровья». На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20 и 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Возбудить производство по делу № 06-10.1/19-2015 по признакам нарушения требований пункта 8 статьи 7; части 7 статьи 24; пункта 1 части 1 и части 1.1 статьи 25 Федерального закона «О рекламе».
2. Признать лицом, участвующим в деле: лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО «Источник здоровья» (ул. Фрунзе, 1, корпус 4, офис 901, г. Омск, 644043).
3. Назначить дело № 06-10.1/19-2015 к рассмотрению на 26 февраля 2015 года в 16:10 ча-сов по адресу: г. Омск, пр. К. Маркса, 12 А, к. 102.
4. ООО «Источник здоровья» в срок до 20 февраля 2015 года представить в адрес Управления: а) письменный отзыв на определение Омского УФАС России; б) надлежаще заверенные копии: - устава ООО «Источник здоровья», свидетельств ЕГРЮЛ, ИНН; - документа, подтверждающего служебные полномочия директора ООО «Источник здоровья» (протокол собрания учредителей, приказ о назначении на должность и пр.); - документа, подтверждающего служебные полномочия должностного лица, виновного в распространении ненадлежащей рекламы (приказ о назначении на должность и т.п.); - документа, подтверждающего выполнение указанным должностным лицом организационно – распорядительных или административно – хозяйственных функций (должностная инструкция и т.п.) в ООО «Источник здоровья». Явка лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе - ООО «Источник здоровья», для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе обяза-тельна.