

## РЕШЕНИЕ

(по делу №Р-177-13)

03.12.2013г.

г.Уфа, ул. Пушкина, 95

Комиссия Башкортостанского УФАС России по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:

<...>

Рассмотрев материалы дела № Р-177-13, возбужденное по обращению Управления Росздравнадзора по Республике Башкортостан (вх. №11705 от 19.08.2013г.), а именно рекламу бальзама «Десятисил Алтайский» и масла «Живица плюс», размещенную в листовке «Страничка здоровья», рекламодатель и рекламодателем – индивидуальный предприниматель <...>

### УСТАНОВИЛА:

В соответствии со статьей 1 Федерального закона «О рекламе» целями настоящего Федерального закона являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в РФ единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения законодательства РФ о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Целью любого закона является защита и охрана определенных общественных интересов. Включение законодателем в цели Федерального закона «О рекламе» предотвращения и пресечения ненадлежащей рекламы, говорит о том, что распространение такой рекламы уже является угрозой общественным интересам, охраняемым данным законом.

Согласно пункту 4.1 Положения о территориальном органе Федеральной антимонопольной службы (приложение №1 к приказу ФАС России от 26.01.2011 №30) территориальный орган осуществляет контроль за соблюдением коммерческими и некоммерческими организациями законодательства о рекламе.

17.10.2013г. управлением Федеральной антимонопольной службы по РБ возбуждено дело №Р-177-13 (исх.№6/11636 от 18.10.2013г.) в отношении рекламы: бальзама «Десятисил Алтайский» и масла «Живица плюс», размещенной в листовке «Страничка здоровья» (с указанием мест реализации «Десятисил Алтайский» и «Живица плюс»):

15 августа

г.Уфа,

9.00-10.00, Стадион «Локомотив»,

Ул.Левитана, д.26\1

г.Стерлитамак,

12.00-13.00, ГДК пр.Октября, д.35

14.00-15.00. Кинотеатр «Искра»

г.Ишимбай, 16.00-17.00 Дворец культуры, пр-т Ленина, д.23

### 16 августа

г.Баймак, 10.00-11.00 Кинотеатр «Ирандык»,

Проспект Салавата Юлаева, д.11

г.Сибай 12.00-13.00 Кинотеатр «Мир», ул.Ленина, д.7

г.Учалы, 17.00-18.00 Здание филармонии, ул.Ленина, д.27 (остановка пл.Ленина)

### 17 августа

г.Уфа,

10.00-11.00 Гостиничный комплекс «Башкортостан» ул.Ленина, д.25\29,

(центральный вход, 2 этаж, конф.зал)

12.00-14.00 ДК «УЗЭМИК (РТИ)

Пр.Октября, д.33 (ост.»Универмаг «Уфа»), согласно представленной информации рекламодатель и рекламораспространитель – индивидуальный предприниматель<...>, имеет признаки нарушения пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» в части того, что:

-в рекламе не допускаются 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.

В данном случае в данной рекламе присутствует указание на лечебные свойства, то есть положительное влияние на течение болезни, объекта рекламирования.

В соответствии со статьей 38 Федерального закона "О рекламе", ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 6 части 5 статьи 5 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель.

Так же вышеуказанная реклама имеет признаки нарушения пункта 1, 2, 3 части 1 статьи 25 ФЗ «О рекламе» в части того, что:

-реклама биологически активных добавок и пищевых добавок не должна: 1)

создавать впечатление о том, что они являются лекарственными средствами и (или) обладают лечебными свойствами; 2) содержать ссылки на конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния в результате применения таких добавок; 3) содержать выражение благодарности физическими лицами в связи с применением таких добавок;

В данном случае данная реклама создает впечатление о том, что вышеуказанные биологически активные добавки являются лекарственными средствами, содержит ссылки на конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния в результате применения вышеуказанных добавок, содержит выражение благодарности физическими лицами в связи с применением таких добавок;

В соответствии со статьей 38 Федерального закона "О рекламе", ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 1, 2, 3 части 1 статьи 25 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель.

31.10.2013г. ИП <...>, на рассмотрение данного дела не явился. Почтовое уведомление о надлежащем извещении ИП <...> о времени и месте рассмотрения данного дела в управление не поступало.

14.11.2013г. ИП <...>, на рассмотрение данного дела не явился. Почтовое уведомление о надлежащем извещении ИП <...> о времени и месте рассмотрения данного дела в управление не поступало.

03.12.2013г. ИП <...>, на рассмотрение данного дела не явился. Почтовое уведомление о надлежащем извещении ИП <...> о времени и месте рассмотрения данного дела в управление поступило с отметкой вручено 25.11.2013г. Так же телеграмма от 20.11.2013г. отправленная ИП <...> вручена матери 25.11.2013г.

Анализ материалов дела №Р-177-13 показал, что согласно представленных документов:

от МУП культуры «Сибайская городская дирекция киноvideосети» (вх.№12856 от 10.09.2013г.), а именно: договора №9 аренды объектов муниципального нежилого фонда для проведения выставок, концертов, ярмарок, презентаций от 16.08.2013г. и квитанции к приходному кассовому ордеру №301 от 16.08.2013г. (аренда помещения выставка-продажа «Амулет здоровья») заказчиком является ИП <...>;

от ГУП кинотеатра «Ирандык» (вх.№13541 от 24.09.2013г.), а именно: договора о проведении совместных мероприятий от 15.08.2013г. и приходного кассового ордера от 15.08.2013г. (аренда помещения) заказчиком является ИП <...>;

от ОАО «Уфимский завод эластомерных материалов, изделий и конструкций» (Учреждение «Дворец культуры и техники») (вх.№12784 от 09.09.2013г.), а именно: свидетельства о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя от 14.03.2013г.; копии паспорта гр.<...>; свидетельства о постановке на учет в налоговом органе физического лица по месту жительства на территории Российской Федерации от 27.03.2002г.; договора аренды площади №259-кт от 03.08.2013г., заказчиком является ИП <...>;

от ООО гостиничного комплекса «Башкортостан» (вх.№12530 от 04.09.2013г.), а именно: заявки от ИП <...> об аренде конференц-зала и квитанции на предоставление гостиничных услуг (аренда конференц-зала) №93023 от 01.08.2013г.

заказчиком является ИП <...>;

от ГУП Кинотеатра «Искра» (вх.№13126 от 16.09.2013г.), а именно: договора б/н аренды объектов государственного нежилого фонда для проведения выставок, концертов, ярмарок, презентаций от 15.08.2013г.; счета на оплату №37 от 15.08.2013г.; счета-фактуры №68 от 15.08.2013г.; акта приема-передачи нежилых помещений, расположенных по адресу: г.Стерлитамак, пр.Ленина, 30Б от 15.08.2013г. и акта о приемке выполненных работ (оказанных услуг) от 15.08.2013г. заказчиком является ИП <...>;

от МАУ «Стерлитамакский городской Дворец культуры» (вх.№13750 от 27.09.2013г.), а именно: типового договора №171 о передаче объектов муниципального нежилого фонда в аренду без права выкупа, закрепленных на праве оперативного управления от 15.08.2013г.; договора оказания услуг №170 от 15.08.2013г.; свидетельства о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя от 14.03.2013г.; свидетельства о постановке на учет в налоговом органе физического лица по месту жительства на территории Российской Федерации от 27.03.2002г.; выписки из Единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей №13001А/2013 от 14.03.2013г. заказчиком является ИП <...>, рекламодателем вышеуказанной рекламы является ИП <...>

Таким образом, установлено что реклама бальзама «Десятисил Алтайский» и масла «Живица плюс», размещенная в листовке «Страничка здоровья» (с указанием мест реализации «Десятисил Алтайский» и «Живица плюс»):

#### 15 августа

г.Уфа,

9.00-10.00, Стадион «Локомотив»,

Ул.Левитана, д.26\1

г.Стерлитамак,

12.00-13.00, ГДК пр.Октября, д.35

14.00-15.00. Кинотеатр «Искра»

г.Ишимбай, 16.00-17.00 Дворец культуры, пр-т Ленина, д.23

#### 16 августа

г.Баймак, 10.00-11.00 Кинотеатр «Ирандык»,

Проспект Салавата Юлаева, д.11

г.Сибай 12.00-13.00 Кинотеатр «Мир», ул.Ленина, д.7

г.Учалы, 17.00-18.00 Здание филармонии, ул.Ленина, д.27 (остановка пл.Ленина)

#### 17 августа

г.Уфа,

10.00-11.00 Гостиничный комплекс «Башкортостан» ул.Ленина, д.25\29,

(центральный вход, 2 этаж, конф.зал)

12.00-14.00 ДК «УЗЭМИК (РТИ)

Пр.Октября, д.33 (ост.«Универмаг «Уфа»), согласно представленной информации рекламодатель и рекламораспространитель – индивидуальный предприниматель <...>, нарушает пункт 6 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» в части того, что:

-в рекламе не допускаются 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.

В данном случае в данной рекламе присутствует указание на лечебные свойства, то есть положительное влияние на течение болезни, объекта рекламирования. (пример: «...Масло «Живица плюс» снижает уровень холестерина в крови, восстанавливает эластичность капилляров, от которых зависит глубинное кровоснабжение органов и тканей. В итоге улучшается микроциркуляция крови во всем организме- снижается риск инфарктов, инсультов, облегчается состояние при варикозах и тромбофлебитах» и т.д.).

В соответствии со статьей 38 Федерального закона "О рекламе", ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 6 части 5 статьи 5 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель.

Так же вышеуказанная реклама нарушает пункты 1, 2, 3 части 1 статьи 25 ФЗ «О рекламе» в части того, что:

**-реклама** биологически активных добавок и пищевых добавок не должна: 1) создавать впечатление о том, что они являются лекарственными средствами и (или) обладают лечебными свойствами; 2) содержать ссылки на конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния в результате применения таких добавок; 3) содержать выражение благодарности физическими лицами в связи с применением таких добавок;

В данном случае данная реклама создает впечатление о том, что вышеуказанные биологически активные добавки являются лекарственными средствами, содержит ссылки на конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния в результате применения вышеуказанных добавок, содержит выражение благодарности физическими лицами в связи с применением таких добавок (пример: <...>«...Прочитав в газете о бальзаме «Десятисил Алтайский» решила попробовать. Принимая его, с каждым днем чувствовала себя все лучше и лучше. Стала замечать, что приступов стенокардии становится меньше, таблетки стала принимать реже. Сейчас уже совсем не пью лекарств. Как же хорошо!» и т.д.)

В соответствии со статьей 38 Федерального закона "О рекламе", ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 1, 2, 3 части 1 статьи 25 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель.

В связи с законченностью проведения выставки в вышеуказанных местах проведения, Комиссией принято решение предписание о прекращении нарушения - не выдавать, в связи с нецелесообразностью, так как в данное время реклама не распространяется.

Резолютивная часть решения оглашена на заседании Комиссии Башкортостанского УФАС России 03.12.2013г.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

#### РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу бальзама «Десятисил Алтайский» и масла «Живица плюс», размещенную в листовке «Страничка здоровья», рекламодатель и рекламодателем – индивидуальный предприниматель <...> так как она нарушает пункт 6 части 5 статьи 5, пункты 1, 2, 3 части 1 статьи 25 Федерального закона «О рекламе».

2. В соответствии с п.47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в связи с законченностью проведения выставки в вышеуказанных местах проведения, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе - не выдавать.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Башкортостанского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3.КоАП РФ.

Решение изготовлено в полном объеме 03.12.2013г. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.