

**Управление Федеральной антимонопольной службы
по республике Коми**

Определение

О ПРЕКРАЩЕНИИ ПРОИЗВОДСТВА ПО ДЕЛУ № 011/05/25-459/2022

20 октября 2022 года

№ 03-01/8082

г. Сыктывкар

ИП <...> (по адресу)

ИП <...> (по адресу)

**Территориальный орган
Росздравнадзора по
Республике Коми**

Куратова ул., д. 18,

г. Сыктывкар, 167000

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее – Коми УФАС России, Управление) по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия), в составе:

председатель Комиссии – <...>;

члены Комиссии: <...>; <...>;

рассмотрев дело № 011/05/25-459/2022, возбуждённое в отношении индивидуального предпринимателя <...>, ОГРНИП <...>, ИНН <...> (далее – ИП

<...>), индивидуального предпринимателя <...>, ОГРНИП <...>, ИНН <...> (далее – ИП <...>) по факту распространения посредством размещения в печатном издании «Секреты здоровья» реклам каплей «Катана мэн», препарата «Аденомен», каплей «Визория», геля «Остеоброн», эликсира «Флексимакс», препарата «Цистранол», каплей «Гермунал», геля «Леникор», каплей «Копролак», фитопластыря «Детоксмастер», каплей «Биослух», капсул «Отинол», препарата «Диафрин», эликсира «Алкозамин», сиропа «Сердце Алтая», эликсира «Мозготензин» с признаками нарушения требований пунктов 4, 6 ч. 5 ст. 5, пунктов 1, 2 ч. 1 ст. 25 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в отсутствие: заявителя – Территориального органа Росздравнадзора по Республике Коми, ИП <...>, ИП <...>, надлежащим образом извещённых о дате, времени и месте рассмотрения дела;

УСТАНОВИЛА:

В Коми УФАС России поступило обращение Территориального органа Росздравнадзора по Республике Коми от 06.04.2022 № 01-36/102 (вх. № 1537 от 07.04.2022) о распространении в печатном издании «Секреты здоровья» рекламы с нарушением требований рекламного законодательства.

По результатам рассмотрения указанного обращения принято решение о возбуждении дела № 011/05/25-459/2022 в отношении ИП <...>, ИП <...> по признакам нарушения пунктов 4, 6 ч. 5 ст. 5, пунктов 1, 2 ч. 1 ст. 25 Закона о рекламе, о чём вынесено соответствующее определение № 03-01/4205 от 27.05.2022.

Определением № 03-01/5142 от 27.06.2022 срок рассмотрения дела № 011/05/25-459/2022 продлён, рассмотрение дела отложено на 27.07.2022.

Определением № 03-01/5871 от 27.07.2022 рассмотрение дела № 011/05/25-459/2022 приостановлено в связи с необходимостью установления местонахождения лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, – ИП <...> и ИП <...>.

Определением № 03-01/7276 от 20.09.2022 производство по делу № 011/05/25-459/2022 возобновлено, срок рассмотрения дела продлён до 20.10.2022, рассмотрение дела назначено на 20.10.2022.

Копия определения № 03-01/7276 от 20.09.2022 направлена по адресам регистрации ИП <...> и ИП <...>. Согласно сведениям сайта Почты России письма с указанным определением на дату рассмотрения дела указанными лицами не получены.

В целях извещения ИП <...> и ИП <...> о дате, времени и месте рассмотрения дела № 011/05/25-459/2022 Коми УФАС России направило 03.10.2022 телеграммы по адресам их регистрации.

Согласно извещениям ПАО «Ростелеком» от 05.04.2022 (вх. № 5355-э, вх. № 5359-э от 05.10.2022) телеграммы ИП <...> и ИП <...> не доставлены, квартиры закрыты, адресаты по извещениям за телеграммами не являются.

Пленум Верховного Суда РФ в пунктах 67, 68 Постановления от 23.06.2015 № 25 «О применении судами некоторых положений раздела I части первой Гражданского кодекса Российской Федерации» указал следующее. Юридически значимое сообщение считается доставленным и в тех случаях, если оно поступило лицу, которому оно направлено, но по обстоятельствам, зависящим от него, не было ему вручено или адресат не ознакомился с ним (пункт 1 статьи 165.1 ГК РФ). Например, сообщение считается доставленным, если адресат уклонился от получения корреспонденции в отделении связи, в связи с чем она была возвращена по истечении срока хранения. Статья 165.1 ГК РФ подлежит применению также к судебным извещениям и вызовам, если гражданским процессуальным или арбитражным процессуальным законодательством не предусмотрено иное.

В силу ст. 118 ГПК РФ лица, участвующие в деле, обязаны сообщить суду о перемене своего адреса во время производства по делу. При отсутствии такого сообщения судебная повестка или иное судебное извещение посылаются по последнему известному суду месту жительства или месту нахождения адресата и считаются доставленными, хотя бы адресат по этому адресу более не проживает или не находится.

В связи с вышеизложенным, применяя по аналогии ст. 118 ГПК РФ, Комиссия сочла ИП <...> и ИП <...> надлежащим образом извещёнными о дате, времени и месте рассмотрения дела № 011/05/25-459/2022.

В результате рассмотрения дела № 011/05/25-459/2022 (далее – рекламное дело) установлено следующее.

К обращению Территориального органа Росздравнадзора по Республике Коми приложен выпуск печатного издания (газеты) «Секреты здоровья», в которой размещены статьи о следующей продукции: капли «Катана мэн», препарат «Аденомен», капли «Визория», гель «Остеоброн», эликсир «Флексимакс», препарат «Цистранол», капли «Гермунал», гель «Леникор», капли «Копролак», фитопластырь «Детоксмастер», капли «Биослух», капсулы «Отинол», препарат «Диафрин», эликсир «Алкозамин», сироп «Сердце Алтая», эликсир «Мозготензин».

В соответствии с положениями, установленными п. 1 ст. 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.

Вышеуказанная информация содержит все правовые признаки рекламы:

- распространена посредством размещения в печатном издании;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования: каплям «Катана мэн», препарату «Аденомен», каплям «Визория», гелю «Остеоброн», эликсиру «Флексимакс», препарату «Цистранол», каплям «Гермунал», гелю «Леникор», каплям «Копролак», фитопластырю «Детоксмастер», каплям «Биослух», капсулам «Отинол», препарату «Диафрин», эликсиру «Алкозамин», сиропу «Сердце Алтая», эликсиру «Мозготензин», формирование или поддержание интереса к ним, и их продвижение на рынке.

Таким образом, указанная информация, распространенная посредством размещения в печатном издании «Секреты здоровья» (далее – газета), является рекламой (далее – рассматриваемые рекламы).

Территориальный орган Росздравнадзора по Республике Коми указывает на нарушение ст. 25 Закона о рекламе.

В газете содержится информация о сайте www.zdravomed.ru, который является Интернет-магазином «Здравомед» и содержит каталог реализуемой продукции, в том числе указанной в рассматриваемой газете. Согласно информации, размещённой на сайте www.zdravomed.ru, «Здравомед» – торговая марка, основное направление – разработка и выпуск биологически активных добавок к пище в форме бальзамов, сиропов, масел, мазей, капель, капсул и др.

На последней полосе газеты, в том числе указано: «Не является лекарственным средством. Перед применением проконсультируйтесь с врачом».

Из имеющихся материалов усматривается, что рекламируемые товары являются пищевыми добавками.

В силу положений, установленных п. 4 ч. 5 ст. 5 Закона о рекламе, в рекламе не допускается 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.

В размещённых в газете статьях о каплях «Катана мэн», препарате «Аденомен», препарате «Цистранол», каплях «Гермунал», каплях «Биослух» и капсулах «Отинол», сиропе «Сердце Алтая», эликсире «Мозготензин» использованы образы медицинских работников.

Пунктом 6 ч. 5 ст. 5 Закона о рекламе в рекламе установлено, что 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.

Во всех рекламных статьях, размещённых в газете, содержится указание на лечебные свойства, то есть положительное влияние на течение болезни, объектов рекламирования.

Согласно ч. 1 ст. 25 Закона о рекламе 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.

Все рассматриваемые рекламные статьи создают впечатление о том, что рекламируемые пищевые добавки являются лекарственными средствами и (или) обладают лечебными свойствами. Во всех рекламных статьях, размещённых в газете, содержатся ссылки на конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния в результате применения таких добавок.

Учитывая изложенное, рассматриваемые рекламы распространены с нарушением требований пунктов 4, 6 ч. 5 ст. 5, пунктов 1, 2 ч. 1 ст. 25 Закона о рекламе.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе рекламодатель несёт ответственность за нарушение требований, установленных пунктами 4, 6 ч. 5 ст. 5, пунктами 1, 2 ч. 1 ст. 25 Закона о рекламе.

Согласно ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе рекламораспространитель несёт ответственность за нарушение требований, установленных п. 6 ч. 5 ст. 5, пунктами 1, 2 ч. 1 ст. 25 Закона о рекламе.

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

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель – изготовитель

или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

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

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

На последней полосе газеты размещена информация о датах, времени и местах проведения продаж продукции «Здравомед», в том числе: 21.02.2022 с 13:00 до 14:00 и 03.03.2022 с 17:00 до 18:00 в ДК «Строитель» по адресу: г. Сыктывкар, ул. Клары Цеткин, д. 80; 21.02.2022 с 16:00 до 17:00, 24.02.2022 с 15:00 до 16:00 и 02.03.2022 с 16:00 до 17:00 в гостинице «Сыктывкар» по адресу: г. Сыктывкар, ул. Коммунистическая, д. 67.

Из информации и копий документов, представленных ООО «Амур» и ООО «Гостиничный комплекс», следует, что помещения для проведения продаж были арендованы ИП <...>.

Кроме того, в газете указан контактный телефон для справок и заказов: <...>. Согласно данным ПАО «Ростелеком», указанный абонентский номер выделен ИП <...>.

Комиссия неоднократно запрашивала определениями у ИП <...> и ИП <...> необходимые для рассмотрения рекламного дела документы и письменную информацию. Однако запрошенные у ИП <...> и ИП <...> документы и письменная информация в Коми УФАС России не поступили.

Несмотря на предпринятые Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела меры установить рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламодателем рассматриваемых реклам не представилось возможным.

Достаточных оснований утверждать, что ИП <...> и (или) ИП <...> являются рекламодателями, рекламопроизводителями или рекламодателем рассматриваемых реклам, у Комиссии не имеется.

Таким образом, в течение сроков рассмотрения дела не представилось возможным установить лицо, нарушившее законодательство о рекламе. Материалами рекламного дела вина ИП <...> и ИП <...> в нарушении рекламного законодательства при распространении рассматриваемых реклам не установлена, не подтверждена, иных виновных лиц не выявлено.

Достаточных оснований полагать, что ИП <...> и (или) ИП <...> нарушены требования пунктов 4, 6 ч. 5 ст. 5, пунктов 1, 2 ч. 1 ст. 25 Закона о рекламе, у

Комиссии не имеется. Оперативно-розыскными полномочиями антимонопольный орган не наделен.

Согласно подпункту «е» пункта 40 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922 (далее – Правила), рассмотрение дела подлежит прекращению антимонопольным органом в случае невозможности установления лица, нарушившего законодательство Российской Федерации о рекламе, в течение сроков, определенных пунктом 31 настоящих Правил.

На основании изложенного, руководствуясь подпунктом «е» пункта 40 Правил, Комиссия

ОПРЕДЕЛИЛА:

Производство по делу № 011/05/25-459/2022 в отношении ИП <...> и ИП <...> прекратить.

Председатель _____ <...>
Комиссии

Члены Комиссии _____ <...>

_____ <...>