

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ

### о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе № 074/05/5-705/2024

01 апреля 2024 года

г. Челябинск, пр. Ленина, 59

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области (далее – Челябинское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) <...>, рассмотрев заявление и материалы по факту распространения рекламы в печатном издании «ПРО ЗДОРОВЬЕ», распространяемом в декабре 2023 года на территории Удмуртской Республики, с признаками нарушения пункта 10 части 3, пунктов 4, 6 части 5, части 7 статьи 5, пунктов 1, 2, 3 части 1, части 1.1 статьи 25 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Федеральный закон «О рекламе»),

### УСТАНОВИЛА:

Челябинским УФАС России рассмотрено заявление физического лица, перенаправленное ФАС России из Удмуртского УФАС России (от 02.02.2024 вх. № 1670-ЭП/24), по факту распространения рекламы в печатном издании «ПРО ЗДОРОВЬЕ», распространяемом в декабре 2023 года на территории Удмуртской Республики, с признаками нарушения пункта 10 части 3, пунктов 4, 6 части 5, части 7 статьи 5, пунктов 1, 2, 3 части 1, части 1.1 статьи 25 Федерального закона «О рекламе».

В рассматриваемом печатном издании «ПРО ЗДОРОВЬЕ» присутствует указание на телефонный номер 8-800-302-03-04, сайт [www.zdravomedru.com](http://www.zdravomedru.com). Вместе с тем, в указанном печатном издании отсутствует указание на регистрацию средства массовой информации, тираж, дату выпуска издания.

Ранее Челябинским УФАС России рассмотрено дело по аналогичному факту распространения рекламы в г. Челябинске в печатном издании «ПРО ЗДОРОВЬЕ», в котором были указаны тот же телефонный номер и сайт (дело № 074/05/25-2435/2023).

Согласно выписке из реестра Российской системы и плана нумерации, размещенной на официальном сайте Федерального агентства связи, телефонный номер 8-800-302-03-04, входит в ресурс нумерации оператора связи ПАО «Ростелеком».

Согласно имеющимся данным телефонный номер 8-800-302-03-04 выделен ИП Щ<...>

Челябинским УФАС России направлен запрос ИП Щ<...> (от 01.03.2024 исх. № НМ/2968/24), ответ на который в установленный срок не поступил.

Челябинским УФАС России также направлен запрос ООО «Научно-производственное предприятие «Лаборатория красоты и здоровья» о представлении необходимых документов и сведений, ответ на который на настоящего момента не поступил.

*Рассмотрение заявления и материалов приводит к следующим выводам.*

Согласно части 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», под рекламой понимается 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 частью 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» 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.

**Недостоверной** признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о рекомендациях физических или юридических лиц относительно объекта рекламирования либо о его одобрении физическими или юридическими лицами (пункт 10 части 3 статьи 5 Федерального 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, а также 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 (пункт 4, 6 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе»).

Согласно части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Реклама формирует интерес к товару или услуге и направлено на формирование у потребителей желания ими воспользоваться. Поэтому существенной является информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителя такой рекламой.

Отсутствие в рекламе существенной части информации приводит к искажению рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемым товаром или видом услуг.

Реклама биологически активных добавок и пищевых добавок не должна создавать

впечатление о том, что они являются лекарственными средствами и (или) обладают лечебными свойствами, содержать ссылки на конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния в результате применения таких добавок (пункт 1, 2 части 1 статьи 25 Федерального закона «О рекламе»).

Согласно пункту 23 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 08.10.2012 № 58 О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» при применении данной нормы 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.

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) (часть 1.1 статьи 25 Федерального закона «О рекламе»).

Так, на территории Удмуртской Республики распространялось печатное издание «ПРО ЗДОРОВЬЕ», содержащее информацию о следующих товарах: пластырь «Detoxmaster», нанокапли «Офтавизин», эликсир «Мозготензин», эликсир «Ректоран», капли «Лоринакс», эликсир «Лорика», эликсир «Микарол», гель «Чистомикон», сироп «Ревиронум», эликсир «Неофлекс», эликсир «Артепал», капсулы «Эреденом», эликсир «Випростан», стоимость данных товаров, отзывы физических лиц, воспользовавшихся товарами, образы медицинских работников, указание на точки продаж, сайт и номер телефона.

Распространяемая посредством печатного издания информация является рекламой, поскольку отвечает всем квалифицирующим признакам рекламы:

- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания;
- направлена на формирование или поддержание интереса к объекту рекламирования и его продвижение на рынке.

Принимая во внимание, что предметом рассмотрения Комиссией Московского УФАС России являются следующие объекты рекламирования: пластырь «Detoxmaster», нанокапли «Офтавизин», капли «Лоринакс», эликсир «Лорика», эликсир «Микарол», гель «Чистомикон», эликсир «Неофлекс», эликсир «Артепал», аналогичные объекты в настоящем деле не подлежат рассмотрению.

Таким образом, предметом рассмотрения Челябинским УФАС России являются следующие объекты рекламирования:

- эликсир «Мозготензин» с указанием деклараций о соответствии ЕАЭС № RU Д-RU.PA02.B.79756/23 от 28.03.2023 (объект рекламы № 1);

- эликсир «Ректоран» с указанием деклараций о соответствии ЕАЭС № RU Д-RU.PA02.B.79756/23 от 28.03.2023 (объект рекламы № 2);

- сироп «Ревииоронум» с указанием деклараций о соответствии ЕАЭС № RU Д-RU.PA07.B.71863/23 от 21.09.2023 (объект рекламы № 3);

- эликсир «Випростан» с указанием деклараций о соответствии ЕАЭС № RU Д-RU.PA02.B.79756/23 от 28.03.2023 (объект рекламы № 4);

- капсулы «Эреденом» с указанием свидетельства о регистрации № RU.77.99.88.003.R.002779.08.22 от 18.08.2022 (объект рекламы № 5).

1. Описания **объектов рекламы № 1-5** оформлены в виде статей вопросов-ответов, изображений медицинских работников с указанием фамилии, имени, отчества, должности, а также отзывов физических лиц, воспользовавшихся данным товаром, с рекомендациями товара.

Вместе с тем, достоверность сведений подтверждается соответствующими доказательствами, которыми должен обладать рекламодаделец, а именно подтвердить существование данных лиц и выражения ими мнения, приведенного в рекламе.

Необходимо отметить, что в рассматриваемом печатном издании содержатся исключительно положительные отзывы потребителей, при этом потребители имели возможность направлять письменно претензии либо выражение благодарности в адрес как продавца, так и производителя продукции, наименование и контакты которого указаны на упаковке товара.

В связи с тем, что в рассматриваемой рекламе отсутствуют доказательства наличия рекомендаций и одобрений физических лиц, рассматриваемая реклама содержит *признаки нарушения пункта 10 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».*

2. В статьях **объектов рекламы № 1-4** присутствуют изображения медицинских работников с указанием фамилии, имени, отчества, должности («врач-невролог», «врач-гастроэнтеролог», «врач-дерматолог», «врач-уролог»).

Однако печатное издание «ПРО ЗДОРОВЬЕ» не относится к печатным изданиям, предназначенным исключительно для медицинских и фармацевтических работников.

Указанное подтверждается пояснениями физического лица, подавшего заявление, указывающего на распространение данного печатного издания на территории Удмуртской Республики, преимущественно г. Ижевска и г. Воткинска.

В связи с указанным, рассматриваемая реклама объектов рекламы № 1-4 содержит *признаки нарушения пункта 4 части 5 статьи 5 Федерального закона «О*

рекламе».

3. В каждой рекламной статье присутствуют отзывы физических лиц, указывающие на лечебные свойства, то есть положительное влияние на течение болезни объекта рекламирования.

Так, например «Аденома мучила, пока 6 упаковок эликсира «Випростан» не пропил» (объект рекламы № 4), «...после приема эликсира я успокоился, стал нормально спать. Депрессию как рукой сняло. Позже нормализовалось давление, а в мозгах будто прояснилось...» (объект рекламы № 1).

Необходимо отметить, что тексты статей изложены таким образом, что у потребителя создается впечатление об излечении заболеваний. При этом, указание на виды (группы) заболеваний, от которых можно избавиться при применении указанных препаратов усиливает эффект того, что данные средства обладают лечебными свойствами. Усиливает данный эффект и приведение информации о длительности применения данных препаратов курсом, указание на отзывы потребителей, а также способ изложения информации путем вопроса-ответа медицинских работников (объекты рекламы № 1-4), а также конкретный пример физического лица (объект рекламы № 5).

Вместе с тем, согласно сведениям, содержащимся в декларации о соответствии ЕАЭС № RU Д-RU.PA02.B.79756/23 от 28.03.2023, «Мозготензин Форте», «Ректоран», «Випростан» являются концентратами безалкогольных напитков, декларации о соответствии ЕАЭС № RU Д-RU.PA07.B.71863/23 от 21.09.2023 сироп «Ревииоронум» является концентратом безалкогольного напитка, свидетельстве о регистрации № RU.77.99.88.003.R.002779.08.22 от 18.08.2022 капсулы Эреденон являются биологически активной добавкой к пище.

Данное свидетельствует о том, что указанные товары не являются лекарственными средствами и не предназначены для указанного в рекламе применения, в том числе для лечения заболевания.

В связи с чем, реклама **объектов рекламы № 1-5** содержит признаки нарушения пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

4. **Объекты рекламы № 1-5** описаны способом, создающим впечатление о том, что при применении данных товаров можно избавиться от различных заболеваний, улучшить здоровье, избавиться от иных проблем со здоровьем.

Так, например, в описании товара «Мозготензин» используются следующие формулировки: «Благодаря этому эликсиру пожилой человек снова сможет почувствовать прилив сил, у него появится желание что-то делать, внимание станет сфокусированным, а память — отменной». Нормализуется сон, настроение и уверенность будут на высоте! Кроме того он сможет защитить себя от атеросклероза, инсульта, болезней Паркинсона, Альцгеймера, старческой деменции», товара «Ректоран» используются формулировки следующего содержания: «Есть надежный метод, который может помочь побороть запоры и очистить кровь — это использование эликсира «Ректоран». Люди, пропившие «Ректоран», часто говорят, что у них не просто прошли признаки отравления, но и хронические заболевания перестали беспокоить».

Объекты рекламы № 3-5 имеют аналогичное описание.

Согласно сведениям, содержащимся на официальном сайте <https://pub.fsa.gov.ru/>, товары «Мозготензин форте», «Ректоран», «Випростан», «Ревииронум» квалифицированы по коду ТН ВЭД ЕАЭС 2202100000 - воды, включая минеральные и газированные, содержащие добавки сахара или других подслащивающих или вкусо-ароматических веществ и имеет наименование продукции - концентрат безалкогольных напитков, согласно сведениям сайта <https://nsi.eaeunion.org/> товар «Эреденом» является биологически активной добавкой к пище.

Однако в рекламе указанных товаров отсутствуют соответствующие действительности характеристики товара и его состава, что в данном случае является существенной информацией, поскольку совокупность сведений, изложенных в рекламе (статьи в виде вопросов-ответов, изображения медицинских работников с указанием фамилии, имени, отчества, должности, примеры конкретных физических лиц, а также отзывы лиц, воспользовавшихся данными товарами, с рекомендациями и одобрением товаров), создает впечатление о лечебных целях товара, искажается смысл информации, что вводит в заблуждение потребителей.

Таким образом, указанное свидетельствует о наличии *признаков нарушения части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе»* в рекламе **объектов рекламы № 1-5.**

5. Особое внимание привлекает **объект рекламы № 5** (капсулы «Эреденом»).

Так, согласно указанному свидетельству о регистрации № RU.77.99.88.003.R.002779.08.22 от 18.08.2022 капсулы «Эреденом» являются биологически активной добавкой к пище, область применения — для реализации населению в качестве биологически активной добавки к пище.

Вместе с тем, в статье к данному товару используются следующие формулировки, например: «Ощущения в начале приема капсул «Эреденом»: восстановление ситуативной эрекции», «Ощущение по окончании курса: полное восстановление потенции», «Не один год аденома простаты мучила», «... а когда болячка по потенции ударила, я уже было решил сдаваться врачу», «...и я пропил 4 упаковки капсул «Эреденом» и 4 упаковки эликсира «Випростан», «Не то слово помогло — я новую жизнь начал».

Анализируя полный текст рекламы объекта № 5 создается впечатление, что капсулы «Эреденом» являются лекарственным средством и (или) обладают лечебными свойствами, помогающим избавиться от различных заболеваний (например, аденома простаты).

Однако, согласно указанному свидетельству капсулы «Эреденом» являются биологически активной добавкой к пище.

Указанное свидетельствует о наличии *признаков нарушения пункта 1 части 1 статьи 25 Федерального закона «О рекламе».*

Кроме того, рассматриваемая рекламная статья объекта рекламы № 5 содержит ссылки на конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния в результате применения таких добавок, а также выражение благодарности

физическими лицами в связи с применением таких добавок (фотография физического лица с указанием фамилии, имени и отчества, описание его истории болезни, результаты применения данных капсул, отзывы физических лиц с полученным результатом), что также свидетельствует о наличии *признаков нарушения пунктов 2, 3 части 1 статьи 25 Федерального закона «О рекламе».*

Норма части 1.1 статьи 25 Федерального закона «О рекламе» содержит требование к рекламе биологически активных добавок, согласно которому такая реклама должна сопровождаться предупреждением о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством. В рекламе, распространяемой указанным способом (посредством печатных изданий) предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

В рекламе капсул «Эреденом» отсутствует предупредительная надпись о том, что указанный товар не является лекарственным средством, что свидетельствует о наличии *признаков нарушения части 1.1 статьи 25 Федерального закона «О рекламе».*

Ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 10 части 3, пунктами 4, 6 части 5, части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», несет рекламодаделец (часть 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе»).

Ответственность за нарушение требований, установленных пунктами 1, 2, 3 части 1, части 1.1 статьи 25 Федерального закона «О рекламе» несет как рекламодаделец, так и рекламораспространитель (части 6, 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе»).

Рекламодателем и рекламораспространителем данной рекламы следует признать индивидуального предпринимателя Щ<...>

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 24, 25 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922 «Об утверждении Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе»,

#### **ОПРЕДЕЛИЛА:**

1. Возбудить производство по делу **№ 074/05/5-705/2024** по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
2. Назначить дело **№ 074/05/5-705/2024** к рассмотрению на **24 апреля 2024 года на 11 часов 00 минут** по адресу: г. Челябинск, пр. Ленина, 59, каб. 330.
3. Признать лицами, участвующими в деле:
  - заявитель;
  - лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного

законодательства – ИП Щ<...>

4. ИП Щ<...> в срок **до 19 апреля 2024 года** надлежащим образом заверенные документы и сведения:

4.1) письменные пояснения по факту указания в печатном издании «ПРО ЗДОРОВЬЕ» телефонного номера 8-800-302-03-04, принадлежащего ИП Щ<...>, с приложением подтверждающих документов;

4.2) сведения об организации, осуществляющей деятельность под торговой маркой «Здравомед», с указанием организационно-правовой формы, ИНН, ОГРН, адреса места регистрации;

4.3) письменные пояснения по факту регистрации рассматриваемого печатного издания, с приложением подтверждающих документов;

4.4) информацию по факту даты выпуска данного печатного издания, с указанием тиража;

4.5) письменные пояснения по факту распространения объектов рекламы № 1-5 с признаками нарушения пункта 10 части 3, пунктов 4, 6 части 5, части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе»;

4.6) письменные пояснения о существовании лиц, оставивших отзывы на объекты рекламы № 1-5, а также выражение ими положительного мнения на товары, с приложением подтверждающих документов;

4.7) письменные пояснения по факту распространения рекламы биологически активной добавки капсулы «Эреденом» в печатном издании «ПРО ЗДОРОВЬЕ», с признаками нарушения пунктов 1, 2, 3 части 1 статьи 25 Федерального закон «О рекламе»;

4.8) письменные пояснения по факту отсутствия предупредительной надписи, предусмотренной частью 1.1 статьи 25 Федерального закона «О рекламе», в рекламе биологически активной добавки капсулы «Эреденом» в печатном издании «ПРО ЗДОРОВЬЕ»;

4.9) иные документы, имеющие значения для рассмотрения указанного вопроса.

При участии в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе представителей, их полномочия должны быть оформлены доверенностью на право представления лица в антимонопольном органе.

**Дополнительно сообщаем, что в целях обеспечения реализации Ваших прав на участие в рассмотрении дела путем дистанционного участия посредством видеоконференцсвязи с использованием программного обеспечения TrueConf необходимо на адрес [to74@fas.gov.ru](mailto:to74@fas.gov.ru) заблаговременно представить ходатайство об участии в данном рассмотрении.**

**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 ответственность, предусмотренную частью 6 статьи 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.**