

30 апреля 2019 года

г. Пенза, ул. Урицкого,

1

2

7

Резолютивная часть решения объявлена 25 апреля 2019 года.

Комиссия Пензенского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

рассмотрев дело № 3-01/11-2019 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, возбужденное в отношении ООО «Остеовит» (ИНН 7724437302; ОГРН 1187746397497) по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно пункта 2 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, пункта 2 части 1 статьи 25 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»),

- в отсутствие лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – представителя ООО «Остеовит»,

УСТАНОВИЛА:

В рамках осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства о рекламе отделом контроля органов власти и рекламы установлено следующее.

В январе-феврале 2019 года на фасаде здания по адресу: г. Пенза, ул. Урицкого, д. 125 размещена реклама KILO LIGHT с признаками нарушения законодательства о рекламе.

Пензенским УФАС России определением от 13.02.2019 по факту распространения рекламы KILO LIGHT возбуждено дело № 3-01/11-2019 по признакам нарушения пункта 2 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, пункта 2 части 1 статьи 25 ФЗ «О рекламе» в отношении ООО «Парафарм» как рекламодача.

Из письменных пояснений ООО «Парафарм» (вх. №485 от 26.02.2019) следует, что Общество не имеет никакого отношения к размещению рекламы препаратов по адресу: г. Пенза, ул. Урицкого 125, не является рекламодателем и рекламораспространителем.

В ходе рассмотрения дела установлено, что собственником здания по адресу: г. Пенза, ул. Урицкого 125, является ООО «Остеовит» (ИНН 7724437302; ОГРН 1187746397497).

Определением от 01.03.2019 ненадлежащий ответчик ООО «Парафарм» (ИНН 5834122679; ОГРН 1185835017610) заменен на надлежащего ответчика ООО «Остеовит» (ИНН 7724437302; ОГРН 1187746397497). К участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечено ООО «Остеовит» (ИНН 7724437302; ОГРН 1187746397497).

Определением от 26.03.2019 исх. № 981-3 дело было отложено и назначено к рассмотрению на 25.04.2019.

На рассмотрение дела представитель ООО «Остеовит» не явился. Общество представило письменные пояснения (22.04.2019 вх. №1219) из которых следует, что ООО «Остеовит» не является рекламодателем, рекламодателем информации «KILO LIGHT», размещенной на фасаде здания по адресу: г. Пенза, ул. Урицкого, д. 125. Баннеры с рекламой достались Обществу от бывшего собственника помещения МУП «Пензадормост». Снимать указанные баннеры не стали в связи с тем, что здание не эксплуатируется.

Изучив представленные документы, Комиссия пришла к следующему выводу.

В январе-феврале 2019 года на фасаде здания по адресу: г. Пенза, ул. Урицкого, д. 125 размещены 3 баннера с рекламой следующего содержания.

Первый баннер: В центральной части рекламы крупными буквами выполнена надпись: Армия Безопасного похудения. В центре рекламы изображены банки с надписью: KILO LIGHT снижение веса. Выполнена надпись: похудела на 100 кг... с изображением девушки до и после похудения. Внизу большими буквами выполнена надпись: не является лекарственным средством;

Второй баннер: Изображены банки с надписью: KILO LIGHT снижение веса. Большими буквами выполнена надпись: безопасное похудение. Доставка до двери. 75-11-77.

Третий баннер: Большими буквами выполнена надпись: вступай в ряды армии безопасного похудения. #культтела3. С изображением девушки (в руке держит банку с надписью: KILO LIGHT снижение веса).

В соответствии со статьёй 3 ФЗ «О рекламе» рекламой является информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. При этом под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо

мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Иными словами, информация, признаваемая рекламой, должна удовлетворять следующим условиям, а именно:

-предназначаться для неопределенного круга лиц;

-привлекать, формировать и поддерживать интерес к объекту рекламирования;

-способствовать продвижению объекта рекламирования (товара) на рынке.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования.

Согласно статье 3 ФЗ «О рекламе» в целях настоящего Федерального закона используются следующие основные понятия: товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация, распространяемая по адресу: г. Пенза, ул. Урицкого, д. 125, содержит все определяющие правовые признаки рекламы, позволяющие квалифицировать ее именно в этом качестве и отличить от информации нерекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; преследует строго заданные цели информирования: формирует и поддерживает интерес к объектам рекламирования и способствует их продвижению на рынке аналогичных услуг (по своему характеру разовым предложением не является) следовательно, является рекламой.

Объектом рекламирования является: средство «KILO LIGHT».

В рекламе содержится информация: безопасное похудение (с изображением банок со средством KILO LIGHT).

В соответствии с положениями части 7 статьи 5 ФЗ «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.

В соответствии с пунктом 2 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках

службы, сроках годности товара.

Утверждение в рекламе: «безопасное похудение» (с изображением банок со средством KILO LIGHT), подразумевает, что средство «KILO LIGHT» безопасно для всех и не имеет противопоказаний.

Вместе с тем, согласно информации, размещенная на сайте <https://www.lsgeotar.ru/>, «KILO LIGHT» является биологически активной добавкой к пище (номер свидетельства RU.77.99.88.003.E.007618.07.15), производитель ООО «Парафарм» (адрес производства: 440034, г. Пенза, ул. Калинина, д.116А). Противопоказания: индивидуальная непереносимость компонентов, беременность, кормление грудью.

Потребитель при выборе товара (услуги) посредством восприятия рекламы делает свой выбор исходя из самой запоминающейся, самой понятной и самой в его понимании необходимой информации. В большинстве случаев используемые в рекламной информации фразы трактуются рядовым потребителем рекламы буквально. Потребитель, не имеет обязанности проведения анализа рекламы, проверки достоверности и достаточности заявленных в ней сведений.

В соответствии с пунктом 29 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами ФЗ «О рекламе» необходимо исходить из того, что 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.

Поскольку в рассматриваемой рекламе содержится указание «безопасное похудение», из чего можно сделать вывод о том, что для всех (в т.ч. беременных, у кого индивидуальная непереносимость) KILO LIGHT безопасен, то в данном случае установлено нарушение пункта 2 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе», поскольку информация о характере рекламируемых услуг является недостоверной.

Кроме того, вышеуказанная реклама содержит ссылки на конкретные случаи излечения (похудения) людей, улучшения их состояния в результате применения средства «KILO LIGHT», на что указывает изображение девушки до и после похудения («похудела на 100 кг...»).

В соответствии с пунктом 2 части 1 статьи 25 ФЗ «О рекламе» реклама биологически активных добавок и пищевых добавок не должна содержать ссылки на конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния в результате применения таких добавок.

Согласно статье 1 Федерального закона от 02.01.2000 №29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов» биологически активные добавки - природные (идентичные природным) биологически активные вещества, предназначенные для употребления одновременно с пищей или введения в

состав пищевых продуктов, а пищевые добавки - природные или искусственные вещества и их соединения, специально вводимые в пищевые продукты в процессе их изготовления в целях придания пищевым продуктам определенных свойств и (или) сохранения качества пищевых продуктов.

В рассматриваемой рекламе указана надпись «не является лекарственным средством».

В соответствии с реестром свидетельств о регистрации «KILO LIGHT» является биологически активной добавкой к пище.

При производстве и размещении рекламы биологически активных добавок и препаратов должны соблюдаться требования, установленные статьей 25 ФЗ «О рекламе».

Согласно пункту 23 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.12.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» при применении данной нормы судам 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.

Рассматриваемая реклама содержит ссылки на конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния в результате применения средства «KILO LIGHT», на что указывает изображение девушки до и после похудения («похудела на 100 кг...»).

Таким образом, рассматриваемая реклама нарушает требования пункта 2 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, пункта 2 части 1 статьи 25 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Пунктом 5, 6, 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе» предусмотрены понятия рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя. Рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель – лицо осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламораспространитель – лицо осуществляющее распространение рекламы любым способом в любой форме и с использованием любых средств.

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частями 2-8 статьей 5,

статьей 25 законодательства Российской Федерации о рекламе несет рекламодатель.

В силу части 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение части статьи 25 ФЗ «О рекламе» несет рекламораспространитель.

Материалами настоящего дела установлено, что собственником здания по адресу: г. Пенза, ул. Урицкого, д. 125, является ООО «Остеовит».

Довод ООО «Остеовит» о том, что Общество не является рекламодателем и рекламораспространителем информации «KILOLIGHT», баннеры с рекламой достались Обществу от бывшего собственника помещения, является несостоятельным.

Документов, свидетельствующих о том, что здание по адресу: г. Пенза, ул. Урицкого, д. 125 было передано ООО «Остеовит» с данными рекламными баннерами в Пензенское УФАС России не представлено.

Комиссия Пензенского УФАС России на основе собранных доказательств приходит к выводу о том, что рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ООО «Остеовит».

Согласно статье 1 ФЗ «О рекламе», целями данного закона являются развитие уровня, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции в Российской Федерации единства экономического пространства, защита права потребителей на получение добросовестной и достоверной информации, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

В соответствии с пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Статьей 33 ФЗ «О рекламе» предусмотрены полномочия антимонопольного органа на осуществление государственного надзора в сфере рекламы, в частности, выдавать рекламодателям, рекламораспространителям, рекламопроизводителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На момент рассмотрения дела Комиссии Пензенского УФАС России доказательств устранения нарушения требований пункта 2 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, пункта 2 части 1 статьи 25 ФЗ «О рекламе» ООО «Остеовит» представлено не было.

В связи с чем, Комиссия Пензенского УФАС России считает целесообразным выдать ООО «Остеовит» предписание о прекращении нарушения требований законодательства о рекламе.

В силу части 4 статьи 38 ФЗ «О рекламе» нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 ФЗ «О рекламе» в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом заявлений по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе от 17.08.2006 № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу: «Армия Безопасного похудения. KILO LIGHT снижение веса. Похудела на 100 кг... Не является лекарственным средством» (с изображением девушки до и после похудения); «KILO LIGHT снижение веса. Безопасное похудение. Доставка до двери. 75-11-77», «Вступай в ряды армии безопасного похудения. #культтела3» (с изображением девушки (в руке держит банку с надписью: KILO LIGHT снижение веса), распространяемую в январе-феврале 2019 года на фасаде здания по адресу: г. Пенза, ул. Урицкого, д. 125, поскольку при ее распространении нарушены требования пункта 2 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, пункта 2 части 1 статьи 25 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО «Остеовит» (ИНН 7724437302; ОГРН 1187746397497) предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Пензенского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частями 1,5 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 30 апреля 2019 года.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.