



Управление Федеральной антимонопольной службы
по республике Коми

РЕШЕНИЕ

11 августа 2014 года

(изготовление решения в
полном объеме)

04 августа 2014 года

(оглашение резолютивной
части)

№ 03-01/6978

г. Сыктывкар

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

<...>;

рассмотрев материалы дела № Р 34-05/14, возбужденного в отношении индивидуального предпринимателя <...>а (далее - ИП <...> И.Ф.), , по факту распространения на странице 13 газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар» № 19 (296) от 10.05.2014 рекламы бальзама «Ёрш здоровья» с признаками нарушения требований п. 6 ч. 5 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе),

в присутствии представителя индивидуального предпринимателя <...>ой (далее – ИП <...>а О.Г.) – <...>ой А.В., действующей на основании доверенности от 01.08.2014,

в отсутствие ИП <...>а И.Ф., надлежащим образом извещенного о времени и месте рассмотрения дела, что подтверждается уведомлением о вручении 10.07.2014 почтового отправления № 16799175638194,

УСТАНОВИЛА:

Коми УФАС России в ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе выявлено распространение на странице 13 газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар» № 19 (296) от 10.05.2014 рекламы бальзама «Ёрш здоровья» (далее – рассматриваемая реклама).

По указанному факту определением № 03-01/4528 от 28.05.2014 возбуждено дело № Р 34-05/14 по признакам нарушения п. 6 ч. 5 ст. 5 Закона о рекламе в отношении ИП <...>а И.Ф. и ООО «Город 11».

Определением № 03-01/5693 от 27.06.2014 ненадлежащее лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – ООО «Город 11» заменено надлежащим – ИП <...>ой О.Г.

Из материалов дела № Р 34-05/14 (далее – рекламное дело) усматривается нижеследующее.

В соответствии с 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 периодическом печатном средстве массовой информации, а именно, на странице 13 газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар» № 19 (296) от 10.05.2014;

- адресована неопределенному кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования - бальзаму «Ёрш здоровья», формирование и поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Таким образом, указанная информация, размещенная на странице 13 газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар» № 19 (296) от 10.05.2014, является рекламой.

В соответствии с п. 6 ч. 5 ст. 5 Закона о рекламе 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.

В соответствии с пунктами 1, 4 ст. 4 Федерального закона от 12.04.2010 № 61-ФЗ «Об обращении лекарственных средств»:

- лекарственные средства - вещества или их комбинации, вступающие в контакт с организмом человека или животного, проникающие в органы, ткани организма

человека или животного, применяемые для профилактики, диагностики (за исключением веществ или их комбинаций, не контактирующих с организмом человека или животного), лечения заболевания, реабилитации, для сохранения, предотвращения или прерывания беременности и полученные из крови, плазмы крови, из органов, тканей организма человека или животного, растений, минералов методами синтеза или с применением биологических технологий. К лекарственным средствам относятся фармацевтические субстанции и лекарственные препараты;

- лекарственные препараты - лекарственные средства в виде лекарственных форм, применяемые для профилактики, диагностики, лечения заболевания, реабилитации, для сохранения, предотвращения или прерывания беременности.

Согласно ч. 1 ст. 13 Федерального закона от 12.04.2010 № 61-ФЗ «Об обращении лекарственных средств» лекарственные препараты вводятся в гражданский оборот на территории Российской Федерации, если они зарегистрированы соответствующим уполномоченным федеральным органом исполнительной власти.

В соответствии со ст. 33 Федерального закона от 12.04.2010 № 61-ФЗ «Об обращении лекарственных средств» перечень лекарственных препаратов, прошедших государственную регистрацию, перечень фармацевтических субстанций, входящих в состав лекарственных препаратов, содержатся в государственном реестре лекарственных средств.

Согласно данным, содержащимся в государственном реестре лекарственных средств (<http://grls.rosminzdrav.ru/grls.aspx>), такое лекарственное средство как бальзам «Ёрш здоровья» в указанном реестре не зарегистрировано.

Рассматриваемая реклама содержит указание на то, что рекламируемый бальзам не является лекарственным средством.

В материалах рекламного дела имеется копия декларации о соответствии № РОСС RU.МЛ20.Д07848 от 15.10.2012 и копия сертификата соответствия № РОСС RU.АГ83.Н01398 от 15.10.2012, из которых следует, что продукция «Ёрш здоровья» является безалкогольным напитком.

В связи с вышеизложенным, указанный в рассматриваемой рекламе бальзам «Ёрш здоровья» не является лекарственным средством.

Поскольку рекламируемая продукция не зарегистрирована как лекарственное средство, то есть таковым не является, то исключена возможность указания в рекламе этой продукции на её лечебные свойства, то есть положительное влияние на течение болезни.

Вместе с тем, в рассматриваемой рекламе указано, в том числе следующее: десятки тысяч людей с помощью бальзама «Ёрш здоровья» справились со своими недугами: остеохондрозом, радикулитом, холециститом, почечно-каменной болезнью, расстройством щитовидной железы и большим количеством случаев онкологических заболеваний; высокоэффективен «Ёрш здоровья» при лечении сердечно-сосудистых заболеваний; случалось, что он помогал и больным рассеянным склерозом; в накопленной практике есть всё: и грипп, и паралич; положительный результат в 87% случаев; рекомендуется применять бальзам при

хронических заболеваниях не менее двух месяцев.

Из содержания рассматриваемой рекламы следует, что бальзам «Ёрш здоровья» обладает лечебными свойствами при различных заболеваниях, оказывает положительное влияние на течение болезней.

При таких обстоятельствах рассматриваемая реклама размещена в нарушение требований, установленных п. 6 ч. 5 ст. 5 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение требований, установленных п. 6 ч. 5 ст. 5 Закона о рекламе, согласно частям 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе, несут и рекламодатель, и рекламодатель, и рекламодатель.

Согласно ч. 8 ст. 38 Закона о рекламе рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в частях 6, 7 настоящей статьи, 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.

Учредителем газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар», согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ 11-0046 от 01.10.2009, является ООО «Город 11».

Согласно письменным пояснениям, представленным ООО «Город 11» в материалы рекламного дела, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП <...> И.Ф., рекламодателем - ИП <...>а О.Г. на основании договора купли-продажи печатных площадей (полос) № 1 от 01.04.2014.

ООО «Город 11» в материалы рекламного дела представлена копия договора купли-продажи печатных площадей (полос) № 1 от 01.04.2014, заключенного между ООО «Город 11» и ИП <...>ой О.Г., согласно которому ООО «Город 11» (продавец) передает в собственность, а ИП <...>а О.Г. (покупатель) принимает и оплачивает в срок печатную площадь в газете «PRO ГОРОД Сыктывкар», принадлежащую продавцу на праве собственности. Покупатель вправе использовать печатные площади по своему усмотрению, в том числе вправе продать их третьим лицам без согласия продавца, а также размещать рекламу третьих лиц.

Согласно письменным пояснениям, представленным ИП <...>ой О.Г. в материалы рекламного дела, и пояснениям, данным в ходе рассмотрения рекламного дела 04.08.2014 представителем ИП <...>ой О.Г. - <...>ой А.В., рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП <...>а О.Г.; содержание рекламы определил рекламодатель - ИП <...> И.Ф.; представители ИП <...>а И.Ф. направили на электронный адрес сотрудника ИП <...>ой О.Г. заявку на размещение рекламы и

макет с просьбой внести в него изменения (информацию об адресе и дате выставки); сотрудники ИП <...>ой О.Г. внесли необходимые изменения в рекламу и согласовали её с рекламодателем - ИП <...>ым И.Ф. по электронной почте; размещение рекламы ИП <...>ым И.Ф. оплачено.

ИП <...>ой О.Г. в материалы рекламного дела представлены: копия электронной переписки по вопросу размещения рассматриваемой рекламы, копия рекламы, содержащая отметку об утверждении ИП <...>ым И.Ф. от 28.04.2014, копия приходного кассового ордера № 696 от 16.05.2014.

Из материалов рекламного дела усматривается, что **рекламодателем** рассматриваемой рекламы является **ИП <...> И.Ф.**, **рекламопроизводителем и рекламодателем** – **ИП <...>а О.Г.**

Согласно сведениям официального сайта ФНС России основным видом экономической деятельности ИП <...>ой О.Г. является рекламная деятельность.

В соответствии с выпиской из ЕГРИП в отношении ИП <...>а И.Ф. основным видом экономической деятельности ИП <...>а И.Ф. является розничная торговля прочими пищевыми продуктами, не включенными в другие группировки, дополнительным видом экономической деятельности является рекламная деятельность.

Из вышеизложенного следует, что рассматриваемая реклама размещена с целью получения ИП <...>ой О.Г. и ИП <...>ым И.Ф. прибыли от их экономической деятельности, что отвечает целям предпринимательской деятельности.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение требований п. 6 ч. 5 ст. 5 Закона о рекламе произошло как по вине рекламодателя – ИП <...>а И.Ф., так и по вине рекламопроизводителя и рекламодателя – ИП <...>ой О.Г.

Из материалов рекламного дела усматривается, что со стороны ИП <...>а И.Ф. и ИП <...>ой О.Г. должных мер по контролю соответствия рекламы требованиям Закона о рекламе не принято, что и привело к рассматриваемому нарушению.

Таким образом, ИП <...>ым И.Ф. и ИП <...>ой О.Г. нарушены требования п. 6 ч. 5 ст. 5 Закона о рекламе.

В ходе рассмотрения рекламного дела 04.08.2014 представитель ИП <...>ой О.Г. - <...>а А.В. пояснила, что до размещения рекламы руководство газеты было предупреждено о том, что реклама содержит нарушение требований Закона о рекламе; нарушение рекламного законодательства ИП <...>а О.Г. признаёт.

Из материалов рекламного дела следует, что территория распространения рассматриваемой рекламы - г. Сыктывкар, время распространения рекламы – 10.05.2014.

Комиссией установлено, что на дату вынесения решения факт распространения рассматриваемой рекламы не имеет места, что подтверждается представленным ИП <...>ой О.Г. в материалы рекламного дела оригиналом газеты «ПРО ГОРОД Сыктывкар» № 30 (307) от 26.07.2014.

В связи с добровольным устранением совершенного нарушения, Комиссия сочла

нецелесообразной выдачу ИП <...>ой О.Г. и ИП <...>у И.Ф. предписаний о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы.

Комиссией также установлено, что решением Коми УФАС России от 26.06.2013 по делу № Р 21-04/13 реклама, аналогичная по содержанию рассматриваемой рекламе, признана ненадлежащей.

В связи с фактом нарушения рекламного законодательства, установленным решением Коми УФАС России по рекламному делу № Р 21-04/13, в отношении ИП <...>а И.Ф. было возбуждено и рассмотрено дело об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ).

Постановлением Коми УФАС России от 17.09.2013 о назначении административного наказания по делу об административном правонарушении № РШ 62-08/13 ИП <...> И.Ф. признан виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, ему назначен административный штраф в размере 4 000 (четыре тысячи) рублей.

Из определения рекламы, данного в п. 1 ст. 3 Закона о рекламе, усматривается, что идентичность содержания реклам определяется по объекту, к которому привлекается внимание потребителей, формируется или поддерживается интерес и на продвижение которого такая информация направлена.

Реклама, рассмотренная в рамках рекламного дела № Р 21-04/13, и реклама, рассматриваемая в рамках рекламного дела № Р 34-05/14, аналогичны по содержанию и призваны сформировать интерес к одному объекту – бальзаму «Ёрш здоровья». Вышеуказанные рекламы имеют схожее оформление.

В силу п. 7 ч. 1 ст. 24.5 КоАП РФ производство по делу об административном правонарушении не может быть начато, а начатое производство подлежит прекращению при наличии по одному и тому же факту совершения противоправных действий (бездействия) лицом, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, постановления о назначении административного наказания, либо постановления о прекращении производства по делу об административном правонарушении, либо постановления о возбуждении уголовного дела.

При таких обстоятельствах, производство по делу об административном правонарушении, ответственность за совершение которого предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, в отношении ИП <...>а И.Ф. в связи с распространением рассматриваемой рекламы не может быть начато.

На основании изложенного, руководствуясь п. 4 ст. 3, п. 2 ч. 1 ст. 33, п. 7 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37 – 43, 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, п. 3.58 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

утвержденного Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12,

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу бальзама «Ёрш здоровья», размещённую на странице 13 газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар» № 19 (296) от 10.05.2014, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования п. 6 ч. 5 ст. 5 Закона о рекламе.
2. Предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы ИП <...>у И.Ф. и ИП <...>ой О.Г. не выдавать, поскольку распространение рекламы, указанной в п. 1 настоящего решения, прекращено.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении ИП <...>ой О.Г. дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.
4. Материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении ИП <...>а И.Ф. дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, не передавать в связи с наличием обстоятельства, исключающего производство по делу об административном правонарушении, предусмотренного п. 7 ч. 1 ст. 24.5 КоАП РФ.

Решение в полном объеме изготовлено 11 августа 2014 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.