

РЕШЕНИЕ

по делу № 03-21/36-2018

о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

«24» августа 2018 года
Йошкар-Ола

г.

Резолютивная часть решения объявлена: «20» августа 2018 года

Полный текст решения изготовлен: «24» августа 2018 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя

член Комиссии – начальник отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов

член Комиссии – специалист 1 разряда отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов

рассмотрев дело № 03-21/36-2018, возбужденное в отношении ИП Замятина Н.Д. по признакам нарушения пункта 6 части 5 статьи 5, пунктов 1, 2, 3 части 1 статьи 25 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 – ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) по факту распространения рекламы различных препаратов, биологически активных добавок в газете «Жить здорово» по почтовым ящикам многоквартирных жилых домов города Йошкар-Олы,


в отсутствие лица, в отношении которого возбуждено дело по признакам нарушения законодательства о рекламе,

УСТАНОВИЛА:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) проведен мониторинг в городском округе «Город Йошкар-Ола» рекламы, размещенной в газете «Жить здорово», в ходе проведения которого установлен факт размещения рекламы

различных препаратов, биологически активных добавок, следующего содержания:





Определением Марийского УФАС России возбуждено дело о нарушении законодательства о рекламе №03-21/33-2018 по признакам нарушения пункта 6 части 5 статьи 5, пунктов 1, 2, 3 части 1 статьи 25 Закона о рекламе.

ИП Замятин Н.Д. в ходе рассмотрения дела письменные пояснения и документы не представил, на заседание комиссии по рассмотрению дела не явился, надлежащим образом извещен о дате, времени и месте рассмотрения дела.

Комиссия Марийского УФАС России, рассмотрев полученные материалы и документы, приходит к выводу о нарушении законодательства о рекламе при распространении рассматриваемой рекламы на основании следующего.

В соответствии со статьей 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.

Под объектом рекламирования понимают 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 (статья 3 Закона о рекламе).

Из содержания текста рекламной информации следует, что объектом рекламирования являются товары (различные средства), в том числе следующие: Экстракт «Алоэ по Федорову», сироп «Сердце Алтая», эликсир «Алкозамин», «Эликсир «ТОКСИКОН», Эликсир «ДИАБЕТНОРМ», Ушные капли

«ДОКТОР СЛУХ», Эликсир «ИДЕАЛЕКС», Сироп «ГАСТРОНЬЮ», Масло «ЦАРСКИЙ КЕДР» Капсулы «ВИАКАПС», Сироп «Остеопайф».

Проанализировав содержание спорной информации, способы её размещения и распространения, Комиссия приходит к выводу, что указанная информация по своему содержанию и целевой направленности является рекламой, так как адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования, формирование или поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке.

В силу пункта 6 части 5 статьи 5 Закона 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 лечения, изделий медицинского назначения и медицинской техники.

Кроме того, согласно пункту 1 части 1 статьи 25 Закона о рекламе реклама биологически активных добавок и пищевых добавок не должна создавать впечатление о том, что они являются лекарственными средствами и (или) обладают лечебными свойствами.

Согласно пункту 23 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» при применении норм статьи 25 Закона о рекламе 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.

В соответствии с [пунктом 2.1](#) СанПиН 2.3.2.1290-03 «Гигиенические требования к организации производства и оборота биологически активных добавок к пище (БАД)», утвержденных Главным государственным санитарным врачом Российской Федерации 17.04.2003, биологически активная добавка используется как дополнительный источник пищевых и биологически активных веществ, для оптимизации углеводного, жирового, белкового, витаминного и других видов обмена веществ при различных функциональных состояниях, для нормализации и (или) улучшения функционального состояния органов и систем организма человека, в том числе как продукт, оказывающий общеукрепляющее, мягкое мочегонное, тонизирующее, успокаивающее и иные виды действия при различных функциональных состояниях, для снижения риска заболеваний, а также для нормализации микрофлоры желудочно-кишечного тракта, в качестве энтеросорбентов.

Согласно [статье 1](#) Федерального закона от 02.01.2000 N 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов» (далее – Закон о качестве и безопасности пищевых продуктов) биологически активные добавки - это

природные (идентичные природным) биологически активные вещества, предназначенные для употребления одновременно с пищей или введения в состав пищевых продуктов, а пищевые добавки - это 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 соответствии с реестром свидетельств о регистрации, размещенном на сайте <http://www.fr.crc.ru>, биологически активными добавками к пище являются следующие препараты, указанные в рекламе: биологически активная добавка к пище капсулы «Виакапс» имеет свидетельство о государственной регистрации серии RU.77.99.88.003.E.001887.04.17 от 19.04.2017, биологически активная добавка к пище «Эликсир «Алкозамин» имеет свидетельство о государственной регистрации серии RU.77.99.11.003.E.003021.07.17 от 06.07.2017, биологически активная добавка к пище «Эликсир «Идеалекс» имеет свидетельство о государственной регистрации серии RU.77.99.11.003.E.006414.05.15 от 15.05.2015.

Таким образом, многие из представленных в рекламе препаратов являются биологически активными добавками.

Рассматриваемая реклама создает впечатление о том, что биологически активные добавки обладают лечебными свойствами, на что указывают приведенные названия заболеваний, например: головные боли, алкоголизм, цистит, аденома простаты, простатит, пиелонефрит, перитонит, рак предстательной железы, восстановление сердечного ритма, близорукость, глаукома и многие другие.

В соответствии с Международной классификацией болезнью МКБ-10 к группе D29 Доброкачественное новообразование мужских половых органов относится аденома предстательной железы (D29.1), к группе 61 отнесены Злокачественное новообразование предстательной железы, к группе N30 Цистит, к группе N41 Воспалительные болезни предстательной железы отнесен N41.0 Острый простатит и иные.

Кроме того, в рассматриваемой рекламе неоднократно используются слова и предложения, указывающие на то, что рекламируемые препараты обладают лечебными свойствами, например: «Эликсир «АЛКОЗАМИН» это легкий способ бросить пить», «Царский кедр с живицей» знаменитая сибирская чистка», «Ушные капли «ДОКТОР СЛУХ» верните хороший слух!», и другие.

Таким образом, рассматриваемая реклама, размещенная в газете «Вестник здоровья» нарушает требования пункта 6 части 5 статьи 5, пункта 1 части 1 статьи 25 Закона о рекламе.

Кроме того, в соответствии с пунктами 2, 3 части 1 статьи 25 Закона 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, содержать выражение благодарности физическими лицами в связи с применением таких добавок.

При рассмотрении материалов установлено, что в рекламе содержатся многочисленные истории излечения людей, в том числе выражение благодарности после использования препаратов.

Например: отзыв Деминой Ирмы Семеновны «... Я очень благодарна вашей компании, что помогли моему мужу отказаться от катетера. Теперь он нормально ходит в туалет и спит в сухой постели», отзыв Романко Григория Ивановича «... Я прошел 2 базовых курса натуральных капсул «Виакапс» с каплями «Оксифрин». После чего перестал ночью просыпаться в туалет», отзыв Барановой Светланы Платоновны «...Моя тренер посоветовала мне эликсир «Идеалекс. Буквально с самого начала, когда начала принимать эликсир, почувствовала легкость. После 4 упаковок у меня нормализовался обмен веществ, стали уходить объемы.»», и многих других.

Следовательно, рассматриваемая реклама нарушает также требования пунктов 2, 3 части 1 статьи 25 Закона о рекламе.

В силу части 7 [статьи 38](#) Закона о рекламе ответственность за нарушение [пункта 6 части 5](#) статьи 5, а также за нарушение статьи 25 несет как рекламоатель, так и рекламораспространитель.

В ходе рассмотрения данных материалов Марийским УФАС России установлено, что выставки-продажи биологически активных препаратов в г. Йошкар-Оле проводились ИП Замятин Никита Дмитриевич, что подтверждается договором от 09.01.2018, заключенным между МАУК «Дворец культуры им. В.И. Ленина» и ИП Замятиным Н.Д.

Таким образом, ИП Замятин Н.Д. является рекламоателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы и должен соблюдать требования [пункта 6 части 5](#) статьи 5, пунктов 2, 3 части 1 статьи 25 Закона о рекламе.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламоателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В материалах дела отсутствуют документальные доказательства, отражающие факт устранения ИП Замятина Н.Д. нарушения законодательства о рекламе.

На основании указанного, Комиссия Марийского УФАС России, считает, что

в данном случае имеются основания для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе ИП Замятину Н.Д.

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

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, биологически активных добавок и препаратов в газете «Жить здорово», распространяемых по почтовым ящикам многоквартирных жилых домов города Йошкар-Олы с информацией о проведении выставок – продаж, поскольку в ней нарушены требования пункта 6 части 5 статьи 5, пунктов 1, 2, 3 части 1 статьи 25 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 – ФЗ «О рекламе».
2. Выдать ИП Замятину Н.Д. (ИНН 433403188992, ОГРНИП 316435000099002) предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Марийского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении в соответствии со статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.