

Управление Федеральной антимонопольной службы  
по республике Коми

## РЕШЕНИЕ

29 октября 2013 года

(изготовление решения в  
полном объеме)

29 октября 2013 года

(оглашение резолютивной  
части)

№ 03-01/9180

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 40-07/13, возбужденного в отношении индивидуального предпринимателя <...>а (далее – ИП <...> Ф.М.) по факту распространения рекламы ярмарки «Алтайское здоровье», размещённой на странице 26 газеты «ПРО ГОРОД Сыктывкар» № 24 (249) от 15.06.2013, с признаками нарушения требований п. 6 ч. 5 ст. 5 и п. 1 ч. 1 ст. 25 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе),

в отсутствие:

- заявителя, надлежащим образом извещённого о месте и времени рассмотрения настоящего дела, письмом от 29.10.2013 (вх. № 2279-эл. от 29.10.2013) просившего о рассмотрении настоящего дела в его отсутствие;

- ИП <...>а Ф.М., надлежащим образом извещённого о месте и времени рассмотрения настоящего дела телеграммой № 0017 от 26.10.2013, направленной

Коми УФАС России по адресу места регистрации ИП <...>а Ф.М.,

- ИП <...>а Р.Н., надлежащим образом извещенного о времени и месте рассмотрения дела, письмом вх. № 975-ф от 28.10.2013 просившего о рассмотрении настоящего дела в его отсутствие,

#### УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми поступило заявление гражданина от 20.06.2013, направленное Управлением Роспотребнадзора по Республике Коми письмом № 5750/01-07 от 24.06.2013 (вх. № 3591 от 26.06.2013) о распространении рекламы ярмарки «Алтайское здоровье», размещённой на странице 26 газеты «ПРО ГОРОД Сыктывкар» № 24 (249) от 15.06.2013 (далее – рассматриваемая реклама).

Определением Коми УФАС России № 03-01/6379 от 29.07.2013 возбуждено дело № Р 40-07/13 в отношении ИП <...>а Ф.М.

Из материалов рекламного дела № Р 40-07/13 (далее – рекламное дело) усматривается нижеследующее.

В соответствии со 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.

Указанная информация содержит все правовые признаки рекламы:

- распространена посредством размещения её на странице 26 газеты «ПРО ГОРОД Сыктывкар» № 24 (249) от 15.06.2013;

- адресована неопределенному кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования: ярмарке «Алтайское здоровье» и продукции, реализуемой на ней, в том числе: крему «Акулий жир» и «Лесной орех», фитогелю «Активайс», крему для ногтей «Фундизол», каплям для глаз «Светоч», мази «пеония эскулиос», свечам «нуксаден», настойке «Нуксен», маслу «Живица кедра», натуральному продукту «Ермак», солянке холмовой таёжной, барсучьему жиру, формирование и поддержание интереса к ним, и их продвижение на рынке.

Таким образом, указанная информация, размещённая на странице 26 газеты «ПРО ГОРОД Сыктывкар» № 24 (249) от 15.06.2013, является рекламой.

Согласно п. 6 ч. 5 ст. 5 Закона о рекламе (в редакции, действовавшей на дату распространения рассматриваемой рекламы), 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.

Таким образом, в отношении товаров и услуг, не входящих в данный перечень, действует запрет на указание в рекламе на их лечебные свойства, положительное влияние на течение болезни.

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.

Согласно ст. 33 Федерального закона от 12.04.2010 № 61-ФЗ «Об обращении лекарственных средств» государственный реестр лекарственных средств содержит перечень лекарственных препаратов, прошедших государственную регистрацию, перечень фармацевтических субстанций, входящих в состав лекарственных препаратов, и информацию, в том числе о лекарственной форме с указанием дозировки лекарственного препарата и его количества в потребительской упаковке.

В результате анализа данных, содержащихся в государственном реестре лекарственных средств (<http://grls.rosminzdrav.ru/grls.aspx>), установлено, что в указанном реестре не зарегистрированы в качестве лекарственных средств рекламируемые товары ярмарки «Алтайское здоровье».

Вместе с тем в рекламе указано, что рекламируемая продукция обладает следующими свойствами:

- крем «Акулий жир» и «Лесной орех» применяется при хронической венозной недостаточности, ускоряет рассасывание синяков и гематом, предотвращает появление сосудистых звездочек;

- фитогель «Активайс» применяется при острых хронических артрозах, артритах, вторичных радикулитах как обезболивающее, местное противовоспалительное и рассасывающее средство, быстро ликвидирует мышечные боли, эффективно

обезболивает, хорошо помогает при ревматизме, суставных и мышечных болях, уменьшает отёчность;

- крем для ногтей «Фундизол» рекомендуется при грибковых поражениях ногтей, кожи, гнойничковой сыпи, вросшем ногте, заживляет кожные трещины;

- капли для глаз «Светоч» улучшает зрение у пациентов с сахарным диабетом;

- мазь «пеония эскулиос» избавляет от геморроя и варикозного расширения вен;

- настойка «Нуксен» применяется при заболеваниях органов дыхания, сердечно-сосудистой системы и т.д.;

- свечи «нуксаден» применяются при геморрое, трещинах в заднем проходе, воспалениях при аденоме и простатите, гинекологических заболеваниях и т.д.

Из вышеизложенного следует, что указанная рекламируемая продукция обладает лечебными свойствами при различных заболеваниях, положительно влияет на течение болезней.

В соответствии с п. 1 ч. 1 ст. 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 ч. 4 ст. 2 Закона о рекламе, специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

Из содержания рассматриваемой рекламы усматривается, что она не является явно не относящейся к рекламе биологически активных добавок и пищевых добавок.

Согласно информации, содержащейся на официальном сайте Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (<http://rospotrebнадзор.ru>) в Реестре продукции, прошедшей государственную регистрацию, в качестве биологически активной добавки к пище зарегистрирована следующая продукция:

- биологически активная добавка к пище "Живица кедра в кедровом масле 5%" (флаконы по 50 мл, 100 мл) (ТУ 9129-006-59237950-09), номер свидетельства и дата — 77.99.23.3.У.5648.6.09 от 05.06.2009;

- биологически активная добавка к пище "Живица кедра в кедровом масле 12,5%" (флаконы по 50 мл, 100 мл) (ТУ 9129-006-59237950-09), номер свидетельства и дата — 77.99.23.3.У.5647.6.09 от 05.06.2009.

В материалах рекламного дела также имеются копии: сертификата соответствия на продукцию: биологически активная добавка к пище для мужчин

«Ермак» сроком действия до 10.12.2015, орган сертификации – ООО «ТОМСКИЙ ЭКСПЕРТНЫЙ ЦЕНТР»; свидетельства о государственной регистрации от 30.06.2010, выданного Федеральной службой Роспотребнадзора, согласно которому биологически активная добавка к пище «Барсучий жир натуральный» прошла государственную регистрацию, внесена в государственный реестр и разрешена для изготовления на территории Российской Федерации; свидетельства о государственной регистрации от 25.05.2012, выданного Таможенным союзом Республики Беларусь, Республики Казахстан и Российской Федерации, согласно которому биологически активная добавка к пище «Фиточай «Солянка Холмовая» соответствует единым санитарно-эпидемиологическим и гигиеническим требованиям к товарам, подлежащим санитарно-эпидемиологическому надзору (контролю).

Таким образом, из материалов рекламного дела усматривается, что указанные в рассматриваемой рекламе масло алтайское «Живица кедра», натуральный продукт «Ермак», «солянка холмовая таёжная», «барсучий жир», являются биологически активными добавками к пище.

Вместе с тем, в рассматриваемой рекламе указано, что:

- масло алтайское «Живица кедра» снижает уровень холестерина в крови, риск инфарктов, инсультов, облегчает состояние при варикозах и тромбофлебите, успешно применяется при анемии, заболеваниях печени, почек, поджелудочной железы, нормализует давление, улучшает зрение, разовое употребление избавляет от изжоги, длительное – от язвы желудка и двенадцатипёрстной кишки.;

- натуральный продукт «Ермак» рекомендуется для повышения потенции, профилактики и лечения заболеваний мочеполовой системы (уретрита, аденомы простаты, простатита в острой форме), указано, что препарат обладает противовоспалительным, обезболивающим и общеукрепляющим действием;

- «солянка холмовая таёжная» улучшает состав крови, снижает уровень сахара и холестерина, укрепляет сосуды, понижает артериальное давление;

- «барсучий жир» применяют при туберкулёзе, воспалении лёгких, хронических бронхитах, пневмонии и т.д.

В соответствии с положениями Пленума ВАС РФ № 58 от 08.10.2012 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами федерального закона «О рекламе» 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.

Из содержания рассматриваемой рекламы следует, что указанные БАДы обладают лечебными свойствами при различных заболеваниях, что запрещено в силу п. 1 ч. 1 ст. 25 Закона о рекламе.

При таких обстоятельствах рассматриваемая реклама размещена в нарушение требований п. 6 ч. 5 ст. 5 и п. 1 ч. 1 ст. 25 Закона о рекламе.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за распространение рекламы, не соответствующей требованиям п. 6 ч. 5 ст. 5 и п. 1 ч. 1 ст. 25 Закона о рекламе, несёт рекламодатель.

Согласно ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе (в редакции, действовавшей на дату распространения рассматриваемой рекламы), ответственность за распространение рекламы, не соответствующей требованиям п. 6 ч. 5 ст. 5 и п. 1 ч. 1 ст. 25 Закона о рекламе, рекламодатель не несёт.

Частью 8 ст. 38 Закона о рекламе предусмотрено, что рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований частей 6, 7 ст. 38 Закона о рекламе, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В силу п. 5 ст. 3 Закона о рекламе, рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

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

Рассматриваемая реклама размещена в газете «ПРО ГОРОД Сыктывкар», учредителем которой, согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ 11 – 0046 от 01.10.2009, является ООО «Город 11»; примерная тематика (или специализация) газеты «ПРО ГОРОД Сыктывкар» – рекламное издание; реклама более 40 %; территория распространения - Республика Коми; учредитель – ООО «Город 11».

Согласно письменным пояснениям ООО «Город 11», имеющимся в материалах рекламного дела, рекламодателем и рекламопроизводителем рассматриваемой рекламы является ИП <...> Ф.М., рекламодателем – ИП <...> Р.В. В соответствии с условиями договора купли-продажи печатных площадей (полос) № 2 от 01.03.2013, копия которого имеется в материалах рекламного дела, ИП <...> Р.В. является покупателем печатных площадей газеты «ПРО ГОРОД Сыктывкар», учредителем которой является ООО «Город 11».

Размещение рекламы производилось на основании заключённого между ИП <...>ым Р.В. (Исполнитель) и ИП <...>ым Ф.М. (Заказчик) договора № 193 от 01.04.2013, согласно которому Исполнитель по заданию Заказчика обязуется оказать услуги по размещению рекламных и/или рекламно-информационных материалов в СМИ – газете «ПРО ГОРОД Сыктывкар», распространяемой на территории Республики Коми.

В материалы дела ИП <...>ым Р.В. представлены копии следующих документов: договора купли – продажи печатных площадей (полос) № 2 от 01.03.2013, заключённого между ООО «Город 11» и ИП <...>ым Р.В.; договора № 193 от 01.04.2013, заключённого между ИП <...>ым Р.В. и ИП <...>ым Ф.М.; счёта № 356 от 04.04.2013, выставленного ИП <...>ым Р.В. за размещение рекламы в газете «ПРО ГОРОД Сыктывкар» № 24 ИП <...>у Ф.М.; акта выполненных работ-услуг от 17.06.2013 за размещение рекламы в газете «ПРО ГОРОД Сыктывкар» № 24, с указанием на то, что услуги Заказчиком (ИП <...>ым Р.В.) выполнены полностью и в срок, Заказчик (ИП <...> Ф.М.) претензий по объёму, качеству и срокам оказания услуг не имеет.

Из материалов рекламного дела усматривается, что ИП <...>ым Ф.М. были определены объект рекламирования и содержание рекламы, а ИП <...>ым Р.В. представленная ИП <...>ым Ф.М. информация была приведена в готовую для распространения в виде рекламы форму, которая впоследствии, на основании заключённого с ООО «Город 11» договора купли-продажи печатных площадей (полос) № 2 от 01.03.2013, была им распространена на странице 26 газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар» № 24 (249) от 15.06.2013.

При таких обстоятельствах, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП <...> Ф.М., рекламопроизводителем и рекламораспространителем – ИП <...> Р.В.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение требований п. 6 ч. 5 ст. 5 и п. 1 ч. 1 ст. 25 Закона о рекламе произошло по вине рекламодателя – ИП <...>а Ф.М.

Из материалов рекламного дела № Р 40-07/13 усматривается, что со стороны ИП <...>а Ф.М. должных мер по контролю за соответствием рекламы требованиям Закона о рекламе не принято, что и привело к рассматриваемому нарушению.

**Таким образом, ИП <...>ым Ф.М. нарушены требования п. 6 ч. 5 ст. 5 и п. 1 ч. 1 ст. 25 Закона о рекламе.**

Из материалов рекламного дела следует, что территория распространения рассматриваемой рекламы - г. Сыктывкар, время распространения рекламы – 15.06.2013.

На дату принятия Комиссией решения в материалах рекламного дела отсутствуют доказательства прекращения распространения ненадлежащей рекламы.

В связи с изложенным, Комиссия приходит к выводу о необходимости выдачи ИП <...>у Ф.М. и ИП <...>у Р.В. предписаний о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы.

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 – 44 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, утверждённого Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12, Комиссия

**РЕШИЛА:**

1. Признать рекламу ярмарки «Алтайское здоровье», размещённую на странице 26

газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар» № 24 (249) от 15.06.2013, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования п. 6 ч. 5 ст. 5 и п. 1 ч. 1 ст. 25 Закона о рекламе.

2. Выдать ИП <...>у Ф.М. предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения указанной в п. 1 Решения ненадлежащей рекламы.

3. Выдать ИП <...>у Р.В. предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения указанной в п. 1 Решения ненадлежащей рекламы.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении ИП <...>а Ф.М. дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 29 октября 2013 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.



Управление Федеральной антимонопольной службы  
по республике Коми

## **ПРЕДПИСАНИЕ**

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

29 октября 2013 года

№ 03-01/9182

Сыктывкар



Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в составе:

<...>,

на основании своего Решения от 29.10.2013 по делу № Р 40-07/13 о признании рекламы ярмарки «Алтайское здоровье», размещённой на странице 26 газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар» № 24 (249) от 15.06.2013, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования п. 6 ч. 5 ст. 5 и п. 1 ч. 1 ст. 25 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закона о рекламе), и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Закона о рекламе, пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508,

#### ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Индивидуальному предпринимателю <...>у, в десятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: прекратить распространение в газете «PRO ГОРОД Сыктывкар» рекламы ярмарки «Алтайское здоровье» в нарушение требований п. 6 ч. 5 ст. 5 и п. 1 ч. 1 ст. 25 Закона о рекламе.

2. Индивидуальному предпринимателю <...>у, представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания **до 25 ноября 2013 года**.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе, Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностное лицо административный штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей.

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



Управление Федеральной антимонопольной службы  
по республике Коми

## ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

29 октября 2013 года

№ 03-01/9183

Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в составе:

<...>,

на основании своего Решения от 29.10.2013 по делу № Р 40-07/13 о признании рекламы ярмарки «Алтайское здоровье», размещённой на странице 26 газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар» № 24 (249) от 15.06.2013, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования п. 6 ч. 5 ст. 5 и п. 1 ч. 1 ст. 25 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закона о рекламе), и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Закона о рекламе, пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Индивидуальному предпринимателю <...>у, , в десятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: прекратить распространение в газете «PRO ГОРОД Сыктывкар» рекламы ярмарки «Алтайское здоровье» в нарушение требований п. 6 ч. 5 ст. 5 и п. 1 ч. 1 ст. 25 Закона о рекламе.

2. Индивидуальному предпринимателю <...>у, представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания **до 25 ноября 2013 года**.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе, Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностное лицо административный штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей.

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