

04 мая 2016 года

г. Челябинск

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, <...>, рассмотрев заявление и материалы о распространении в городе Миассе рекламы продукции под маркой «Фитомакс» с нарушением требований пункта 6 части 5 статьи 5, пункта 3 части 1, части 1.1 статьи 25 Федерального закона «О рекламе»,

УСТАНОВИЛ:

в Управление Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области (далее – Челябинское УФАС России) обратилось физическое лицо с заявлением по факту распространения в городе Миассе рекламы продукции под маркой «Фитомакс», в которой, по мнению заявителя, присутствуют признаки нарушения требований рекламного законодательства.

Из представленных заявителем материалов следует, что информация о препаратах с наименованием «Окапин», «Экстракт алое по С. Федорову» распространяется в виде газеты «Вестник здоровья», которая содержит информацию о проведенных исследованиях препарата «Окапин» в десятке крупных институтов, сведения о том, что применение препарата способствует улучшению и восстановлению зрения, отзывы физических лиц с выражением благодарности, ссылки на телефонный номер <...> и адрес сайта www.fitomax.ru. Также на последней странице рекламы содержится предупреждение: «Не является лекарственным средством. Перед применением проконсультироваться с врачом».

Челябинским УФАС России проведен осмотр сайта www.fitomax.ru, который показал, что под маркой «Фитомакс» реализуются биологически активные добавки, в частности к такому виду продукции относятся «Окапин» и «Экстракт алое по С. Федорову», что подтверждается актом осмотра № 54-2016 от 22.04.2016.

Анализ рекламного материала показывает, что реклама торговой марки «Фитомакс» содержит выражение благодарности физическими лицами, что не допускается при рекламировании биологически активных добавок.

Поскольку объектом рекламирования является биологически активные добавки, то такая реклама не должна содержать указание на лечебные свойства, что присутствует в данной рекламе.

Реклама биологически активных добавок, распространенная в виде печатного издания, газеты, должна сопровождаться предупреждением о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством, которое составляет не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства). Так, Челябинским УФАС России проведена проверка, в результате которой установлено, что площадь предупредительной надписи, которая присутствует только на последней странице издания, составляет 0,26% при условии, что площадь рекламного поля составляет 1979,04 см², площадь предупредительной надписи рассчитывалась по формуле .

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу № 36-08/2016 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
 2. Назначить дело № 36-08/2016 к рассмотрению на 08 июня 2016 года в 14 часов 00 минут по адресу: г. Челябинск, пр. Ленина, 59, каб. 320.
 3. Признать лицами, участвующими в деле:
 - 3.1. Заявитель.
 - 3.2. ООО «НПК «Апифитогрупп», в качестве заинтересованного лица.
 - 3.3. ООО «Амулет Здоровья», в качестве заинтересованного лица.
 - 3.4. ООО «МНПХ «Созвездие мечты», в качестве заинтересованного лица.
 - 3.5. ЗАО «Биорогресс», в качестве заинтересованного лица.
 4. ООО «НПК «Апифитогрупп», ООО «Амулет Здоровья», ООО «МНПХ «Созвездие мечты», ЗАО «Биорогресс» представить в Челябинское УФАС России в срок до 07 июня 2016 года надлежащим образом заверенные документы и сведения:
 - 4.1. Документы, разрешающие производство препаратов с наименованием «Окапин» и «Экстракт алое по С. Федорову», которые являются биологически активными добавками, либо письменные пояснения об их отсутствии.
 - 4.2. Договор аренды, договор временного размещения, платежные документы, заявка на проведение 15 марта и 21 марта 2016 года выставки-продажи в г. Миассе по адресам: ГДК, ул. Пролетарская, д. 12 (15:00-16:00); ДК Автомобилестроителей, пр-т Автозаводцев, д. 21 (15.03.2016 с 17:00 до 18:00; 21.03.2016 с 11:00 до 12:00), переписка о согласовании сроков и времени проведения выставки-продажи, либо письменные пояснения о причинах их отсутствия.
 - 4.3. Сведения о местах распространения в городе Миассе рекламы продукции под маркой «Фитомакс» в период с 15 марта по 21 марта 2016 года (с приложением подтверждающих документов).
 - 4.4. Письменные пояснения об основаниях указания в рекламе продукции под маркой «Фитомакс» благодарности физических лиц, что не допускается при рекламировании биологически активных добавок.
 - 4.5. Письменные пояснения по факту несоблюдения требований статьи 25 Федерального закона «О рекламе» при указании информации о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством.
 - 4.6. Документы на изготовление печатного издания «Вестник здоровья» с рекламой биологически активных добавок под маркой «Фитомакс», либо письменные пояснения о причинах их отсутствия.
 - 4.7. Письменные пояснения о лице (фамилия, имя, отчество или наименование с организационной правовой формой, местонахождение, контактный номер телефона, адрес электронной почты), осуществившем реализацию продукции под маркой «Фитомакс» 15 марта и 21 марта 2016 года на выставке-продаже в г. Миассе, либо письменные пояснения об отсутствии данных сведений.
 - 4.8. Документы (товарные накладные, договоры поставки или иное) о поставке продукции под маркой «Фитомакс» на территорию Челябинской области.
 - 4.9. Иные сведения, имеющие отношение к рассматриваемому делу.
- При участии в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе представителя ООО «НПК «Апифитогрупп», ООО «Амулет Здоровья», ООО «МНПХ «Созвездие мечты», ЗАО «Биорогресс» полномочия представителя должны быть оформлены доверенностью на право представления интересов юридического лица в антимонопольном органе. Доводим до вашего сведения, что 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 наложение административного штрафа в соответствии с частью 6 статьи 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Председатель Комиссии

<...>

Исп. <...>
(351) 266-68-85
17.05.2016