

РЕШЕНИЕ № Р-52/15

Резолютивная часть решения объявлена 15 марта 2016 года.

Решение изготовлено в полном объеме 25 марта 2016 года.

г. Тамбов

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тамбовской области по рассмотрению дела по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – руководитель Гречишникова Е.А.,

члены Комиссии – начальник отдела регулирования деятельности естественных монополий и рекламного контроля Мурзин К.И., заместитель начальника отдела регулирования деятельности естественных монополий и рекламного контроля

Попова Н.В., специалист 1 разряда отдела регулирования деятельности естественных монополий и рекламного контроля Мясникова А.Н.,

рассмотрев дело № Р-52/15 по признакам нарушения требований пункта 20 части 3 статьи 5, пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе») по факту распространения в г. Тамбове листовок с рекламой изделий компании «Услада», в которых рекламируются товары с указанием на то, что они обладают лечебными свойствами и оказывают положительное влияние на течение болезней, а также содержащих не соответствующие действительности сведения о продавце рекламируемого товара,

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ИП <...>,

У С Т А Н О В И Л А:

Тамбовским УФАС России в ходе осуществления государственного надзора за соблюдением участниками рекламной деятельности законодательства Российской Федерации о рекламе установлено, что в сентябре 2015 года в г. Тамбове на ул. Коммунальная неизвестными лицами осуществлялась раздача листовок с рекламой товаров компании «Услада», с указанием, на то, что рекламируемые изделия компании обладают лечебными свойствами и оказывают положительное влияние на течение болезней.

Лицами, заинтересованными в распространении вышеуказанной рекламы, были признаны <...> и ИП <...>, на которых зарегистрированы телефонные номера, указанные в рекламе.

По признакам нарушения пункта 6 части 5 статьи 5 Закона «О рекламе» в отношении указанных лиц возбуждено настоящее дело.

<...> (ранее – <...>) письмом от 18.11.2015 (вх. № 11134 от 19.11.2015) сообщила, что телефон и сим-карта с номером телефона (...), указанным в рекламе, были приобретены <...> (в настоящее время – <...>) и подарены ИП <...> более 10 лет назад, с тех пор используются ИП <...> в личных целях.

На рассмотрении дела 24.11.2015 присутствовал представитель ИП <...> <...> (доверенность от 04.09.2014), который сообщил, что предприниматель никакого отношения к рассматриваемой рекламе не имеет, а только предоставляет ИП <...> в аренду помещение для служебного пользования, находящееся по адресу: г. Тамбов, ул. Носовская/Интернациональная, д. 1/29, согласно договору аренды нежилого помещения № И29-25 от 01.03.2015, а также возможность пользоваться стационарным телефоном с номером <...>, указанным в рекламе.

ИП <...> в объяснениях от 23.11.2015 (вх. № 11206) указал, что является разработчиком макета рассматриваемого приглашения на 10 бесплатных

сеансов здоровья компании «Улада». В тексте приглашения не указаны данные производителя и наименование изделий, используемых при проведении бесплатных сеансов, приглашения не предназначены для распространения неограниченному кругу лиц с целью рекламы каких-либо изделий.

На рассмотрении дела 24.11.2015 ИП <...> пояснил, что не является рекламодателем рассматриваемой в настоящем деле рекламы, однако, в 2014 году определил содержание идентичной рекламы.

Определением об отложении и продлении срока рассмотрения дела от 24.11.2015 из числа лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, исключены - ИП <...> и <...>.

К участию в рассмотрении дела в качестве лица, в действиях которого содержались признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, был привлечен ИП <...> (ОГРН).

Письмом от 10.03.2016 (вх. № 1172) ИП <...> пояснил, что к рекламным листовкам, распространяемым в сентябре 2015 года, не имеет никакого отношения. ИП <...> были разработаны пригласительные билеты, оформленные как «ПОДАРОК», а также пригласительные билеты, изготовленные в рамках правительственной программы «Здоровье нации».

Проанализировав материалы дела, Комиссия Тамбовского УФАС России пришла к следующим выводам.

Пунктом 1 статьи 3 Закона «О рекламе» установлено, что 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.

Объект рекламирования – товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

В данном случае оценке подлежат листовки, распространявшиеся в период с 2014 по конец 2015 года, в каждой из которых приводилась информация об услугах, оказываемых ИП <...>, которые были направлены на привлечение внимания к объекту рекламирования.

С учетом изложенного, рассматриваемые листовки являются рекламными и на их содержание распространяются запреты и ограничения, установленные Законом «О рекламе».

1. В сентябре 2015 года в г. Тамбове на ул. Коммунальная осуществлялось распространение рекламных листовок следующего содержания: «Улада. Приглашение на 10 бесплатных сеансов здоровья с применением уникальных изделий на основе микросфер. Наш адрес: ул. Носовская, д. 1, оф. 210. Время сеансов: с 11.00 до 18.00, суббота: с 11.00 до 16.00, воскресенье: выходной. Предварительная запись по телефонам: <...> (<...>) № 47247. www.uslada.org Приглашение действительно шесть месяцев со дня вручения. Уникальные

изделия на основе микросфер, полученные из природного материала полевой шпат (кремнезём), обладающие анатомическими, ортопедическими и другими полезными свойствами, которые способствуют: снятию болевых ощущений в мышцах, суставах, позвоночнике (артроз, артрит, остеохондроз, радикулит, межпозвоночная грыжа); повышению иммунитета (предупреждение обострений хронических воспалительных заболеваний, снижение риска заболеваний ОРЗ и гриппом, быстрое заживление ран, ушибов, ожогов); улучшение состояния кровеносной системы (атеросклероз, «диабетическая стопа», тромбоз, флебит); нормализации артериального давления; снятию головных болей; профилактике инсульта и инфаркта, быстрому восстановлению в период их реабилитации; уменьшению застойных явлений и ликвидации воспалительных процессов в области малого таза (геморроя, простатита, проктита, гинекологических заболеваний); улучшению качества сна, укреплению нервной системы, восстановлению эмоционального равновесия, улучшению умственных способностей; снятию гиперактивности у детей, улучшению мозговой деятельности, памяти и способности к обучению; уменьшению проявления атеросклеротического поражения сосудов головного мозга, улучшению памяти у пожилых людей; нейтрализации вредного воздействия радиационных излучений, электромагнитных полей, геопатогенных зон. Противопоказаний к применению, возрастных ограничений нет. Подробности на сайте: www.uslada.org. Данная реклама сопровождалась изображением торгового знака «Услада», а также указанием схемы расположения представительства компании «Услада» в г. Тамбове.

В ходе рассмотрения дела установлено, что разработчиком данного рекламного материала является ИП <...> (ОГРН).

ИП <...> в соответствии с соглашением № 047247 является консультантом компании «Услада» и проводит благотворительные (бесплатные) сеансы здоровья с применением уникальных изделий, обладающими анатомическими, ортопедическими и другими свойствами.

На рассмотрении дела ИП <...> подтвердил, что является разработчиком макета «Приглашение на 10 бесплатных сеансов здоровья», однако, указал, что данные приглашения распространялись в октябре 2014 года. В сентябре 2015 года распространялись совершенно иные листовки, к которым он не имеет никакого отношения. По мнению ИП <...>, неизвестными лицами с разработанного им макета приглашения, распространяемого в 2014 году, была сделана ксерокопия и добавлена фраза «Предъявителю скидка до 10%».

Установлено, что представленный ИП <...> макет рекламной листовки «Приглашение на 10 бесплатных сеансов здоровья», распространяемой в октябре 2014 года, полностью идентичен по содержанию (кроме фразы «Предъявителю скидка до 10%») и техническому оформлению с листовкой, распространяемой в сентябре 2015 года.

В обоих вариантах данной рекламы «Приглашение на 10 бесплатных сеансов здоровья» указано, что рекламируемые товары обладают лечебными свойствами и оказывают положительное влияние на течение болезней, а именно: обладают анатомическими, ортопедическими и другими полезными свойствами,

способствуют снятию болевых ощущений в мышцах, суставах, позвоночнике (артроз, артрит, остеохондроз, радикулит, межпозвоночная грыжа), повышению иммунитета, улучшению состояния кровеносной системы и многое другое.

Рекламируемые изделия компании «Услава» в Государственном реестре изделий медицинского назначения не зарегистрированы. Согласно информации, размещенной на сайте www.uslada.org, изделия компании «Услава» (подушки, валики, ботфорты, наколенники, повязки, сумочки для телефона, очки, стельки, тапочки, коврики, салфетки и т.д.) являются изделиями бытового назначения.

В соответствии с пунктом 6 части 5 статьи 5 Закон «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 лечения, изделий медицинского назначения и медицинской техники.

Поскольку в рекламном материале «Приглашение на 10 бесплатных сеансов здоровья» содержались указания на лечебные свойства изделий компании «Услава», данные рекламные листовки в октябре 2014 года, а также в сентябре 2015 года распространялись в нарушение пункта 6 части 5 статьи 5 Закона «О рекламе».

Кроме того, данная реклама сопровождалась изображением торгового знака «Услава», а также указанием в рекламе схемы расположения представительства компании «Услава» в г. Тамбове.

При рассмотрении дела ИП <...> не представил документы, подтверждающие, что он является официальным представителем компании «Услава» в г. Тамбове.

Официальный представитель компании «Услава» ИП <...> письмом от 18.02.2016 (вх. № 803) сообщила, что договоров поставки, а также договоров на право осуществления реализации изделий компании «Услава» в городе Тамбове не заключалось.

В соответствии с [частью 1 статьи 5](#) Закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются. В силу [пункта 20 части 3 статьи 5](#) недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

С учетом изложенного, рассматриваемая реклама не соответствует действительности и вводит потребителя в заблуждение относительно лица, предоставляющего услуги оздоровительных сеансов, поскольку у потребителя может сложиться ошибочное мнение, что услуга оказывается компанией «Услава», в то время как в рекламе дополнительно указаны конкретный адрес и телефон, по которому следует обращаться, но которые не имеют отношения к компании «Услава».

Следовательно, указанная реклама распространялась в нарушение [пункта 20 части 3 статьи 5](#) Закона «О рекламе».

2. В период с 01.10.2015 по 31.12.2015 в городе Тамбове в приложении к газете

«Из рук в руки» выпуск от 02.11.2015 № 43 (963) распространялись рекламные листовки следующего содержания: «ПОДАРОК! Приглашаем Вас посетить 10 благотворительных сеансов (бесплатно) с применением уникальных изделий торговой марки «Асония», обладающих анатомическими и другими полезными свойствами. Срок проведения акции с 1 октября 2015 г. по 31 декабря 2015 г. Противопоказаний и возрастных ограничений не установлено. Адрес представительства: г. Тамбов, ул. Носовская, 1, здание «Тамбовтурист», оф. 210. Предварительная запись по тел.: <...> Мы работаем: пн.-пт. С 11.00 до 16.00, вс. – выходной. 87391 Реклама».

Указанная реклама распространялась согласно договору, заключенному между ООО РА «Тамбов-Инфо» и ИП <...>. В соответствии с пунктом 2 данного договора, издатель принимает на себя обязательства разместить в изданиях предоставляемые Клиентом рекламно-информационные материалы и распространить издания любым способом среди неопределенного круга лиц. Согласно договор-счету № 02650037 от 07.10.2015, ИП <...> оплачены услуги по размещению рекламного материала (услуга: манжета, цветная фиксированная полоса газеты).

На рассмотрении дела 24.11.2015 ИП <...> подтвердил, что рекламные листовки «10 благотворительных сеансов бесплатно», оформленные как «ПОДАРОК», распространялись в приложении к газете «Из рук в руки» в октябре-декабре 2015 года, а также дополнил, что с оставшихся экземпляров данной листовки он лично сделал ксерокопии и на оборотной стороне листовки разместил дополнительную информацию: «Анатомическая подушка «АСОНИЯ» - уникальное изделие Российского изобретателя. Сеансы здоровья проводятся с применением подушки нового поколения «АСОНИЯ», обладающей анатомическими и другими полезными свойствами, которые способствуют: **улучшению качества сна; повышению сопротивляемости организма; нормализации работы кровеносной системы; укреплению нервной системы; снятию болевых ощущений в мышцах и суставах; нормализации артериального давления; улучшению умственных способностей; восстановлению эмоционального равновесия; улучшению слуха и зрения.** Поздравляем с Новым Годом! Здоровья Вам и благополучия!».

Анатомическая подушка «АСОНИЯ» в Государственном реестре изделий медицинского назначения не зарегистрирована. В соответствии с инструкцией по применению анатомическая подушка нового поколения «АСОНИЯ» не является изделием медицинской техники.

Согласно пункту 6 части 5 статьи 5 Закон «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 лечения, изделий медицинского назначения и медицинской техники.

В рекламе «ПОДАРОК! 10 благотворительных сеансов бесплатно» содержались указания на лечебные свойства изделий торговой марки «Асония» (нормализация работы кровеносной системы; укрепление нервной системы; нормализация артериального давления и др.) Следовательно, рассматриваемые рекламные листовки распространялись в нарушение пункта 6 части 5 статьи 5 Закона «О рекламе».

3. В апреле-мае 2015 года в городе Тамбове распространялись рекламные приглашения следующего содержания: «Пригласительный билет. В рамках правительственной программы «Здоровье нации» и в ознаменование 70-й годовщины Победы в Великой Отечественной Войне компания «Услава» проводит Благотворительную акцию и приглашает Вас посетить 10 бесплатных оздоровительных сеансов с использованием уникальных анатомических изделий торговой марки «Асония». Противопоказаний и возрастных ограничений не установлено. Мы работаем пн.-пт. с 11:00 до 18:00, суб. с 11:00 до 16:00, воскресенье-выходной. Адрес представительства: г. Тамбов, ул. Носовская, д. 1, здание «Тамбовтурист», офис 210. Предварительная запись по тел.: <...>. (<...>), № 47247». На оборотной стороне приглашения указано: «Использование уникальных анатомических изделий торговой марки «Асония» СПОСОБСТВУЮТ: **улучшению сна; повышению иммунитета; нормализации работы кровеносной системы; укреплению нервной системы; снятию болевых ощущений в мышцах, суставах и позвоночнике; улучшению слуха и зрения; нормализации артериального давления; заживлению трофических язв, ожогов и др.** Подробности на сайте: www.uslada.org». Данная реклама сопровождалась изображением торгового знака «Услава», а также указанием на проведение оздоровительных сеансов с использованием анатомических изделий марки «Асония» в рамках правительственной программы «Здоровье нации».

Согласно [части 1 статьи 5](#) Закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются. В силу [пункта 20 части 3 статьи 5](#) недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

В рассматриваемой рекламе содержатся не соответствующие действительности сведения о лице, предоставляющем услуги по проведению акции, в связи со следующим.

ИП <...> в своих пояснениях (вх. от 23.11.2015 № 11206) указал, что не является сотрудником компании «Услава». В соответствии с соглашением от 20.06.2012 № 047247 <...> имеет статус независимого консультанта компании «Услава» и самостоятельно принимает решение о том, какими видами деятельности он намерен заниматься.

Официальный представитель компании «Услава» ИП <...> письмом от 18.02.2016 (вх. № 803) сообщила, что в Тамбове был заключен договор поставки с ИП <...>, коммерческие отношения между лицами прекращены после 29.02.2012 года. С иными лицами аналогичных договоров поставки, а также договоров на право осуществления реализации изделий компании «Услава» в городе Тамбове, не заключалось.

Таким образом, распространенная ИП <...> реклама не соответствует действительности и вводит потребителя в заблуждение относительно лица, предоставляющего участие в благотворительной акции по посещению оздоровительных сеансов, поскольку из буквального восприятия текста рекламы ее потребитель может посчитать, что услуга оказывается компанией «Услава», тогда как в рекламе дополнительно указаны конкретный адрес, телефон и

контактное лицо, к которому следует обращаться, но которые не имеют отношения к компании «Услада».

Также у потребителя может сложиться ошибочное мнение, что услугу оказывают в рамках правительственной программы «Здоровье нации», однако, при рассмотрении дела ИП <...> документально не подтвердил, что он может действовать в рамках данной правительственной программы.

Следовательно, рекламируемая ИП <...> акция о проведении бесплатных оздоровительных сеансов компанией «Услада» с указанием действия в рамках правительственной программы «Здоровье нации», вводила потенциального потребителя в заблуждение относительно самого лица, оказывающего услугу, и являлась недостоверной.

Таким образом, указанная реклама распространялась в нарушение [пункта 20 части 3 статьи 5](#) Закона «О рекламе».

Помимо того, на оборотной стороне данного пригласительного билета содержались неправомерные указания на лечебные свойства анатомических изделий торговой марки «Асония» (нормализация работы кровеносной системы; укрепление нервной системы; снятие болевых ощущений в мышцах, суставах и позвоночнике и др.).

Согласно пункту 6 части 5 статьи 5 Закон «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 лечения, изделий медицинского назначения и медицинской техники.

Поскольку анатомическая подушка нового поколения «АСОНИЯ» не является изделием медицинской техники, на данную рекламу распространяются требования вышеуказанной статьи.

С учетом изложенного, в рассматриваемой рекламе о проведении бесплатных оздоровительных сеансов компанией «Услада» с применением уникальных анатомических изделий торговой марки «Асония» также имеется нарушение пункта 6 части 5 статьи 5 Закона «О рекламе».

Лицом, определившим содержание рекламы и распространившим рекламные листовки, является ИП <...> (ОГРН).

Согласно статье 38 Закона «О рекламе», ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 6 части 5 статьи 5 Закона «О рекламе», несет как рекламодаделец, так и рекламораспространитель, за нарушение пункта 20 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе» - рекламодаделец.

Таким образом, ИП <...> является рекламоделем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы и несет ответственность за распространение рекламы, нарушающей требования пункта 20 части 3 статьи 5, пункта 6 части 5 статьи 5 Закона «О рекламе».

В соответствии со статьей 3 Закона «О рекламе» ненадлежащая реклама —

реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Таким образом, указанная реклама в соответствии со статьей 3 Закона «О рекламе» является ненадлежащей.

Распространение указанной ненадлежащей рекламы прекращено.

На основании изложенного, руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона «О рекламе», пунктами 37-45 «Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе», утверждённых постановлением Правительства РФ от 17 августа 2006 № 508, Комиссия

Р Е Ш И Л А:

1. Признать ненадлежащей рекламу «Приглашение на 10 бесплатных сеансов здоровья», распространявшуюся в октябре 2014 года, а также в сентябре 2015 года в городе Тамбове, поскольку в ней нарушены требования пункта 20 части 3 статьи 5, пункта 6 части 5 статьи 5 Закона «О рекламе».
2. Признать ненадлежащей рекламу «ПОДАРОК! 10 благотворительных сеансов», распространявшуюся в период с 01.10.2015 по 31.12.2015 в городе Тамбове, поскольку в ней нарушены требования пункта 6 части 5 статьи 5 Закона «О рекламе».
3. Признать ненадлежащей рекламу «Пригласительный билет. В рамках правительственной программы «Здоровье нации», распространявшуюся в апреле-мае 2015 года в городе Тамбове, поскольку в ней нарушены требования пункта 20 части 3 статьи 5, пункта 6 части 5 статьи 5 Закона «О рекламе».
4. В связи с тем, что распространение указанной ненадлежащей рекламы прекращено, предписание об устранении нарушения законодательства о рекламе не выдавать.
5. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Тамбовского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ИП <...>.

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

Председатель Комиссии
Гречишникова

Е.А.

Члены Комиссии:

К.И. Мурзин

Н.В. Попова

А.Н. Мясникова

Исп.: Мясникова А.Н.,

(4752) 72-93-54