

РЕШЕНИЕ

по делу № 03-21/31-2018

о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

«17» августа 2018 года
Йошкар-Ола

г.

Резолютивная часть решения объявлена: «14» августа 2018 года

Полный текст решения изготовлен: «17» 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 управления

член Комиссии – начальник отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов .,

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

рассмотрев дело № 03-21/31-2018 по признакам нарушения пункта 6 части 5 статьи 5, пунктов 1, 2, 3 части 1 статьи 25 Федерального закона от 13.03.2010 № 38 – ФЗ «О рекламе», выразившимся в распространении рекламы различных препаратов, биологически активных добавок в газете «Домашний лекарь», в отсутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, надлежащим образом извещенного о дате, времени и месте рассмотрения,

УСТАНОВИЛА:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) проведен мониторинг рекламы, размещенной в газете «Домашний лекарь», в ходе проведения которого установлен факт размещения рекламы различных препаратов, биологически активных добавок, следующего содержания:

домашний лекарь

дом лекарь

На основании изложенного, Марийским УФАС России возбуждено дело о нарушении законодательства о рекламе №03-21/31-2018 по признакам нарушения пункта 6 части 5 статьи 5, пунктов 1, 2, 3 части 1 статьи 25 Закона о рекламе.

Определением от 19.07.2018 о возбуждении дела о нарушении законодательства о рекламе к участию в рассмотрении дела привлечена индивидуальный предприниматель Иванова Е.Г.

На рассмотрение дела ИП Иванова Е.Г. представила письменные пояснения, в которых указала, что распространение газеты «Домашний лекарь» осуществлялось силами индивидуального предпринимателя, договоры не составлялись, тираж газеты не превышал 300 экземпляров.

Вместе с тем индивидуальный предприниматель отметила, что в настоящий момент рекламный материал в городском округе «Город Йошкар-Ола» не распространяется.

Комиссия Марийского УФАС России, рассмотрев полученные материалы и документы, письменные и устные пояснения лиц, участвующих в деле,

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.

Рассматриваемая информация является рекламой, так как распространена при помощи средства массовой информации, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

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: бальзам «АСДВИТА», «Масло для кишечника», «Экстракт алоэ по Филатову», капли «Отонорм», «Кариотон».

Указанные в рекламе препараты не являются лекарственными средствами, о чем свидетельствует в том числе информация, указанная в рекламе.

Согласно части 5 статьи 7 Закона о рекламе не допускается реклама товаров, подлежащих государственной регистрации, в случае отсутствия такой регистрации.

Статьей 5.1. Постановления Главного государственного санитарного врача РФ от 17.04.2003 № 50 «О введении в действие санитарно-эпидемиологических правил и нормативов СанПиН 2.3.2.1290-03» (вместе с «СанПиН 2.3.2.1290-03. 2.3.2. Продовольственное сырье и пищевые продукты. Гигиенические требования к организации производства и оборота биологически активных добавок к пище (БАД). Санитарно-эпидемиологические правила и нормативы», утвержденных Главным государственным санитарным врачом РФ 17.04.2003) установлено, что производство БАД должно осуществляться только после проведения ее государственной регистрации в установленном [порядке](#) и в строгом соответствии с нормативной и технической документацией.

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.

Частью 10 Закона о качестве и безопасности пищевых продуктов определено, что отдельные виды впервые изготавливаемых и предназначенных для реализации на территории Российской Федерации или впервые ввозимых на территорию Российской Федерации и предназначенных для реализации на территории Российской Федерации пищевых продуктов, материалов и изделий подлежат государственной регистрации.

Государственная регистрация пищевых продуктов, материалов и изделий включает в себя:

экспертизу документов, которые представляются изготовителем, поставщиком пищевых продуктов, материалов и изделий и подтверждают их соответствие требованиям нормативных документов, условий изготовления или поставок пищевых продуктов, материалов и изделий, а также результатов проводимых в случае необходимости их испытаний;

внесение пищевых продуктов, материалов и изделий и их изготовителей, поставщиков в Государственный реестр пищевых продуктов, материалов и изделий, разрешенных для изготовления на территории Российской Федерации или ввоза на территорию Российской Федерации и реализации;

выдачу заявителям свидетельств о государственной регистрации пищевых продуктов, материалов и изделий, дающих право на их изготовление на территории Российской Федерации или ввоз на территорию Российской Федерации и оборот.

Государственная регистрация отдельных видов пищевых продуктов, материалов и изделий осуществляется уполномоченными федеральными органами исполнительной власти в порядке, установленном Правительством Российской Федерации.

В рассматриваемой рекламе указано, что в состав бальзама «АСДВИТА» входят: сухая выжимка из плазмы крови марала, АСД, вытяжка из растительного сырья (плоды шиповника, лист смородины, красный корень, трава душицы и зверобоя), ягода облепихи, фруктоза; в состав глазных капель «Экстракт алоэ по Филатову»: экстракт алоэ по Филатову, экстракт ягод черники, высокогорный пчелиный мед, трава очанка, таурин, лютеин, бета-каротин, цинк, витамины А, С, Е; состав капель «Отонорм»: вода, обогащенная ионами серебра, пропилен-гликоль, камфара, экстракты коры

белой ивы, алоэ, ромашки, аптечной чистотела, прополис, мед, д-пантенол, алантоин, салициловая кислота; масла для кишечника: расторопша, семена тыквы и льна, экстракт прополиса.

Также указано, что бальзам «АСДВИТА» показан к применению для лечения и профилактики доброкачественных и злокачественных новообразований, воздействует на эндокринную, иммунную и вегетативную систему, что позволяет бороться с широким спектром заболеваний: гастрит, гастродуоденит, энтероколит, энтерит, колит, язва желудка и 12-ти перстной кишки, панкреатин, холестицит, заболевания печени, дисбактериоз, сахарный диабет, гипотиреоз, тиреотоксикоз, тиреодит и другими. Капли «Экстракт алоэ по Филатову» показан к применению при катаракте и комплексной терапии глаукомы, конъюнктивит, ирит, кератит, блефарит и другими. Капли «Отонорм» помогают при различных видах отита, боли, воспалении, заложенности в ушах, шуме в ушах и голове, при возрастном снижении слуха и тугоухости, неврите слухового нерва, для восстановления слуха после простудных осложнений, для удаления и профилактики серных пробок. Масло для кишечника применяется для очищения кишечника от шлаков и паразитов, нормализует работы желудочно-кишечного тракта, повышает сопротивляемость организма к заболеваниям.

Следовательно, исходя из текста рекламной информации, данные препараты подпадают под понятие биологически активных добавок.

Согласно письму Управления Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Республике Марий Эл от 26.07.2018 (вх. №7631 от 30.07.2018) бальзам «АСДВИТА», «Масло для кишечника», «Экстракт алоэ по Филатову», капли «Отонорм», «Кариотон» отсутствуют в реестре свидетельств о государственной регистрации и государственную регистрацию не прошли.

Таким образом, рассматриваемая реклама нарушает часть 5 статьи 7 Закона о рекламе.

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.

На основании пункта 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.

Рассматриваемая реклама создает впечатление о том, что биологически активные добавки обладают лечебными свойствами, на что указывают приведенные названия заболеваний, например: гастрит, гастродуоденит, псориаз, цистит, катаракта, конъюнктивит, кератит, атеросклероз и многие другие.

Согласно Международной классификации болезней десятого пересмотра МКБ-10, принятой 43-ей Всемирной Ассамблеей Здравоохранения указанные названия болезней относятся к медицинским заболеваниям.

Кроме того, в рассматриваемой рекламе неоднократно используются слова и предложения, указывающие на то, что рекламируемые препараты обладают лечебными свойствами, например: «Как избавиться от болезней и начать жить», «Как вылечить заболевания мочеполовой системы за 2-3 месяца один раз в жизни, раз и навсегда», «капли Филатова – подари себе зрение», «Отонорм – эффективные капли для слуха» и другие.

Таким образом, рассматриваемая реклама препаратов, размещенная в газете «Домашний лекарь» нарушает пункт 6 части 5 статьи 5, пункт 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, на бальзам «АСДВИТА» отзыв Хорошевой Татьяны: « У меня прошел хронический панкреатит и нормализовался сахар в крови», отзыв Колпикова Е.В.: «У меня на работе мужик вылечил язвенный колит и дерматит АСДвитом, мама моя пила АСД, вылечила псориаз... Бальзам советую всем, потому что вылечит!», на капли «Экстракт по Филатову» отзыв Зотовой Т.В.: «... Видеть намного лучше стала я, прокапав 8 флаконов капель «Экстракт алоэ по Филатову», и бесконечно рада, что теперь пелена стала прозрачность, мушки исчезли. ...Примите мою огромную благодарность!», и многие другие.

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 Закона о рекламе несет как рекламоатель, так и рекламодатель, за нарушение части 5 статьи 7 Закона о рекламе несет рекламоатель.

В ходе рассмотрения материалов дела Марийским УФАС России установлено, что выставки-продажи биологически активных препаратов в г. Йошкар-Оле проводились ИП Ивановой Еленой Геннадьевной, что подтверждается договором от 09.01.2018, заключенным между МАУК «Дворец культуры им. В.И. Ленина» и ИП Ивановой Е.Г.

В письменных пояснениях от 10.08.2018 вх. № 8963 ИП Иванова Е.Г. сообщила, что рассматриваемую рекламу распространяла с целью имиджевой рекламы, Распространение осуществляла своими силами.

Таким образом, ИП Иванова Е.Г. является рекламоателем и рекламодателем рассматриваемой рекламы и должна соблюдать требования [пункта 6 части 5](#) статьи 5, части 5 статьи 7, пунктов 1, 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, рекламодателям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В материалах дела представлены доказательства, отражающие прекращение ИП Ивановой Е.Г. распространения рассматриваемой рекламы в городском округе «Город Йошкар-Ола» в настоящее время.

На основании изложенного, Комиссия Марийского УФАС России, считает, что в данном случае отсутствуют основания для выдачи ИП Ивановой Е.Г. предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

Руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «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:

Признать ненадлежащей рекламу различных препаратов, биологически активных добавок, следующего содержания:

домашний лекарь

дом лекарь

поскольку в ней нарушены требования пункт 6 части 5 статьи 5, часть 5 статьи 7, пункты 1, 2, 3 части 1 статьи 25 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Марийского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренного частью 5 статьи 14.3 КоАП РФ.