

РЕШЕНИЕ

по делу № 004/05/25-236/2022

22.08.2022г.
Алтайск

г. Горно-

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Алтай по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, рассмотрев дело № 004/05/25-236/2022, возбужденное в отношении ООО «БИОЛИТ» (ИНН 7021003608, ОГРН 1027000885691, 634055, Томская область, г. Томск, пр. Академический, д. 4, стр. 3, офис 16) по признакам нарушения пунктов 4 и 6 части 5 статьи 5, пунктов 1, 2, 3 части 1 и части 1.1 статьи 25 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе»,

в присутствии представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе: С.,

УСТАНОВИЛА:

23.06.2022г. в рамках контроля за соблюдением федерального законодательства о рекламе, сотрудниками Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Алтай на территории Республики Алтай в селе Майма, ТЦ «Реал» по ул. Алтайская, 26 Б установлен факт распространения в буклете «БИОЛИТ ру» (корпоративный буклет ООО «БИОЛИТ») октябрь - декабрь 2021 ненадлежащей рекламы препаратов, «Арктавит», «Гепатосол» «Биота-комплекс». Так, на 16 странице в верхней части посередине размещена фотография с препаратами «Арктавит», «Гепатосол» «Биота-комплекс», далее путем деления на сектора по периметру страницы расположены отзывы клиентов. Отзывы клиентов содержали следующую информацию:

НАДЕЖДА, г. Новосибирск

- Я страдала розацеей. Лечилась год. Ходила в маске на улице – страшно было смотреть. Приехала в санаторий в Белокуриху и увидела в магазине Биолит ночную Питательную маску с пантами марала. Наутро увидела, как

побелела кожа лица. Взяла еще одну. Мне хватило на 15 раз. Лицо полностью очистилось от красных бляшек и старых следов после прыщей. Я в восторге от этой маски, тем более что дерматолог запрещала мне пользоваться любой косметикой. Я рискнула и выиграла!

НАТАЛЬЯ, г. Красноярск

- Ваши экстракты просто чудесны! У меня был недолеченный псориаз. Испытывала настоящие мучения. Врач посоветовал купить в Биолите Гепатосол и Арктавит, чтобы почистить печень, а также Биотут-комплекс для восстановления микрофлоры. Начала пить, и уже через 15 месяца состояние кожи улучшилось. В течение 4-х месяцев ладони полностью очистились! Даже не верится! Раньше ничего не помогало! Спасибо Биолиту за чудесную продукцию!

Кабанова Э.В. г. Красноярск

- Биота-комплекс помог справиться с обострением аллергии при непереносимости глютена. Раздражение кожи ушли, даже при нарушении диеты (чего нельзя делать) проходит без раздражения. Пропили две упаковки. Принимали вместе с Гепатосолом. Конечно, нужно соблюдать диету и пропивать комплексом.

На основании частей 1, 2 статьи 36 Закона о рекламе, определением Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Алтай от 24.06.2022г. возбуждено дело № 004/05/25-236/2022 в отношении ООО «БИОЛИТ» по признакам нарушения пунктов 4 и 6 части 5 статьи 5, пунктов 1, 2, 3 части 1 и части 1.1 статьи 25 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе».

В ходе рассмотрения дела Комиссия установила следующее.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) под рекламой понимается 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.

Объектом рекламирования является 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 (пункт 2 статьи 3 Закона о рекламе).

Товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга),

предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (пункт 3 статьи 3 Закона о рекламе).

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Информация, размещенная в буклете «БИОЛИТ ру», содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: публично распространена в селе Майма, ТЦ «Реал» по ул. Алтайская, 26 Б, в сети фирменных магазинов «БИОЛИТ», предназначена для неопределенного круга лиц; распространена посредством размещения в буклете; преследует строго заданные цели информирования: продвижение на рынке биологических активных добавок, призвана формировать и поддерживать интерес к услугам и товарам, предоставляемым, производимым соответствующим рекламодателем.

Вышеуказанная реклама может вводить потребителей в заблуждение относительно преимуществ рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Таким образом, данная информация соответствует всем квалифицирующим признакам рекламы, определенным статьей 3 Закона о рекламе.

Закон о рекламе предъявляет общие требования к рекламе, а именно реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются (часть 1 статьи 5 Закона о рекламе).

В буклете содержится информация о сайте BIOLIT.SHOP, который является Интернет-магазином «БИОЛИТ» и содержит каталог реализуемой продукции, в том числе указанной в рассматриваемом буклете. Согласно информации, размещенной на сайте <https://biolit.shop/>, «БИОЛИТ» - торговая марка, основное направление - разработка и выпуск средств наружного применения, продуктов специализированного питания, природной косметики.

Согласно выписке из ЕГРЮЛ дополнительным видом деятельности общества с ограниченной ответственностью «БИОЛИТ» является производство биологически активных добавок к пище.

Из информации, представленной на сайте интернет-магазина ООО «БИОЛИТ» <https://biolit.shop/> усматривается, что рекламируемый товар является пищевой добавкой и не является лекарственным средством.

Законом о рекламе установлены определенные ограничения и требования к

рекламе отдельных видов товаров (услуг), в частности к рекламе пищевых добавок.

Согласно пунктам 4 и 6 части 5 статьи 5 Закона о рекламе, в рекламе не допускается:

- использование образов медицинских и фармацевтических работников, за исключением такого использования в рекламе медицинских услуг, средств личной гигиены, в рекламе, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники, в рекламе, распространяемой в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, в рекламе, размещенной в печатных изданиях, предназначенных для медицинских и фармацевтических работников;

- 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 профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий.

На основании изложенного в данной рекламе не может быть размещено изображение медицинского работника - врача.

Однако в нарушение указанного требования в данной рекламе, размещенной в буклете «БИОЛИТ ру», использован образ медицинского работника, о чем свидетельствует одежда и наличие специального медицинского прибора (фонендоскоп). Данный образ вызывает ассоциацию с образом врача (медицинского работника).

Указанный в рекламе препарат не является лекарственным средством (буклет не распространялась в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий), однако текст рекламной информации изложен таким образом, что у потребителя создается впечатление об излечении от многих заболеваний. При этом, указание на виды (группы) заболеваний, от которых можно избавиться при применении указанного препарата усиливает эффект того, что данные средства обладают лечебными свойствами, а именно: «НАТАЛЬЯ, г. Красноярск Ваши экстракты просто чудесны! У меня был недолеченный псориаз. Испытывала настоящие мучения. Врач посоветовал купить в Биолите Гепатосол и Арктавит, чтобы почистить печень, а также Биотут-комплекс для восстановления микрофлоры. Начала пить, и уже через 1,5 месяца состояние кожи улучшилось. В течение 4-х месяцев ладони полностью очистились! Даже не верится! Раньше ничего не помогало! Спасибо Биолиту за чудесную продукцию!».

Статьей 25 Закона о рекламе устанавливаются специальные требования и ограничения к рекламе биологически активных добавок и пищевых добавок,

продуктов детского питания.

Согласно части 1 статьи 25 Закона о рекламе реклама биологически активных добавок и пищевых добавок не должна:

- 1) создавать впечатление о том, что они являются лекарственными средствами и (или) обладают лечебными свойствами;
- 2) содержать ссылки на конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния в результате применения таких добавок;
- 3) содержать выражение благодарности физическими лицами в связи с применением таких добавок.

При применении данной нормы необходимо учитывать, что реклама биологически активных 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.

Все рассматриваемые рекламные тексты создают впечатление о том, что рекламируемый препарат является лекарственным средством и (или) обладает лечебными свойствами. Во всех рекламных текстах, размещенных в буклете, содержатся ссылки на конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния в результате применения таких добавок.

Согласно части 1.1 статьи 25 Закона о рекламе, реклама биологически активных добавок в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством. В данной рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах, при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд, и такому предупреждению должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

Рассматриваемый буклет содержит рекламу пищевых добавок («Арктавит», «Гепатосол» «Биота-комплекс»), которая создает впечатление о том, что добавки являются лекарственными средствами и (или) обладают лечебными свойствами. Реклама содержит ссылки на конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния, а также выражения благодарностей физическими лицами (с указанием места проживания) в связи с применением такой добавки.

Вместе с тем, ни одна страница буклета не содержит предупреждения о

том, что объект рекламирования – «Арктавит», «Гепатосол» «Биота-комплекс» не является лекарственным средством.

Учитывая изложенное, информация, распространенная в буклете «БИОЛИТ ру» нарушает пункт 4 и 6 части 5 статьи 5, пункты 1, 2, 3 части 1 и части 1.1 статьи 25 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение указанных статей, в соответствии с частью 6 и 7 статьи 38 Закона о рекламе, возложена на:

- рекламодателя – за нарушение пункта 4 и 6 части 5 статьи 5 и статьи 25 Закона о рекламе.

- рекламораспространителя – за нарушение пункта 6 части 5 статьи 5 и статьи 25 Закона о рекламе.

Частью 8 статьи 38 Закона о рекламе предусмотрено, что рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в частях 6 и 7 данной статьи, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

Рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (пункт 5 статьи 3 Закона о рекламе).

Рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму (пункт 6 статьи 3 Закона о рекламе);

Рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (пункт 7 статьи 3 Закона о рекламе).

Исходя из нормативного понятия, рекламодателем может являться не только субъект, заинтересованный в продвижении рекламируемого товара на рынке, но и любой другой субъект, который определил непосредственное содержание рекламы, в частности какой именно товар (работу, услугу) рекламировать.

Кроме того, в буклете указаны контактные телефонные номера для справок и заказов: 8(3822)492-971, 8(3822)491-921, 8 (3822)491-399, 8(3822)491-663, адрес официального сайта: BIOLIT.RU и сайт интернет-магазина: BIOLIT.SHOP, адрес местонахождения: г. Томск, пр. Академический, 4.

Принимая во внимание тот факт, что сам буклет «БИОЛИТ РУ», номера телефонов и электронный адрес сайта, указанные в нем, принадлежат ООО «БИОЛИТ», данный субъект выступил рекламодателем и рекламораспространителем данной информации о препарате «Арктавит», «Гепатосол» «Биота-комплекс».

11.08.2022г. в адрес УФАС по РА поступило ходатайство ООО «БИОЛИТ» об объединении дел о нарушении законодательства о рекламе в одно производство.

Комиссия УФАС по РА, рассмотрев ходатайство об объединении дел в одно производство не находит оснований для его удовлетворения, так как это не будет способствовать полному, всестороннему и объективному рассмотрению дел. Данные нарушения имеют разные составы и события.

А также 11.08.2022г. (вх. № 3675) в адрес УФАС по РА поступили письменные возражения ООО «БИОЛИТ», согласно которым антимонопольный орган не имеет основания для проведения проверки, так как постановлением Правительства РФ от 10 марта 2022г. №336 установлен запрет на проведение плановых и внеплановых проверок при осуществлении государственного контроля (надзора).

Комиссия УФАС по РА, рассмотрев письменные возражения полагает их необоснованным, так как факт распространения буклета «БИОЛИТ ру» установлен антимонопольным органом в рамках предоставленных полномочий без проведения проверки в отношении ООО «БИОЛИТ».

На заседании Комиссии представитель ООО «БИОЛИТ» пояснил, что данные буклеты изготавливаются обществом самостоятельно, а также указал на то, что размещенная в буклете информация не является рекламой, в связи с чем, требования законодательства о рекламе на указанную информацию не распространяются.

Комиссия УФАС по РА приходит к выводу, что рассматриваемая реклама является ненадлежащей, так как не соответствует требованиям пунктов 4 и 6 части 5 статьи 5, пунктов 1, 2, 3 части 1 и части 1.1 статьи 25 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе»,

При решении вопроса о возможности выдачи предписания, Комиссия исходит из того, что у УФАС по РА отсутствуют сведения о прекращении распространения ООО «БИОЛИТ» рекламы в селе Майма, ТЦ «Реал» по адресу: ул. Алтайска, 26 Б, противоречащей пунктам 4 и 6 части 5 статьи 5, пунктам 1, 2, 3 части 1 и части 1.1 статьи 25 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе».

В связи с чем, Комиссия считает необходимым выдать ООО «БИОЛИТ» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Согласно части 5 статьи 14.3 КоАП РФ нарушение установленных законодательством о рекламе требований к рекламе лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, в том числе методов лечения, а также биологически активных добавок - влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух

тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от десяти тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от двухсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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:

1. Признать ненадлежащей рекламу:

НАДЕЖДА, г. Новосибирск

- Я страдала розацеей. Лечилась год. Ходила в маске на улице – страшно было смотреть. Приехала в санаторий в Белокуриху и увидела в магазине Биолит ночную Питательную маску с пантами марала. Наутро увидела, как побелела кожа лица. Взяла еще одну. Мне хватило на 15 раз. Лицо полностью очистилось от красных бляшек и старых следов после прыщей. Я в восторге от этой маски, тем более что дерматолог запрещала мне пользоваться любой косметикой. Я рискнула и выиграла!

НАТАЛЬЯ, г. Красноярск

- Ваши экстракты просто чудесны! У меня был недолеченный псориаз. Испытывала настоящие мучения. Врач посоветовал купить в Биолите Гепатосол и Арктавит, чтобы почистить печень, а также Биотут-комплекс для восстановления микрофлоры. Начала пить, и уже через 15 месяцев состояние кожи улучшилось. В течение 4-х месяцев ладони полностью очистились! Даже не верится! Раньше ничего не помогало! Спасибо Биолиту за чудесную продукцию!

Кабанова Э.В. г. Красноярск

- Биота-комплекс помог справиться с обострением аллергии при непереносимости глютена. Раздражение кожи ушли, даже при нарушении диеты (чего нельзя делать) проходит без раздражения. Пропили две упаковки. Принимали вместе с Гепатосолом. Конечно, нужно соблюдать диету и пропивать комплексом, размещенную в буклете «БИОЛИТ ру» июнь-сентябрь 2022 с использованием образа врача, так как она не соответствует требованиям пунктов 4 и 6 части 5 статьи 5, пунктов 1, 2, 3 части 1 и части 1.1 статьи 25 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать предписание ООО «БИОЛИТ» о прекращении нарушения рекламного законодательства.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу УФАС по

Республике Алтай для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренного частью 5 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении лица, виновного в нарушении рекламного законодательства.

В соответствии с частью 1 статьи 37 Федерального закона от 13.03.2006г.

№ 38-ФЗ «О рекламе» настоящее решение может быть обжаловано в Арбитражном суде Республики Алтай в течение трех месяцев со дня его вынесения, в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации