

РЕШЕНИЕ

по делу № 26/04-2017 р

Резолютивная часть решения оглашена 02 июня 2017 года

В полном объеме решение изготовлено 15 июня 2017 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел о нарушении рекламного законодательства в составе: Председателя комиссии <...> руководителя управления Кировского УФАС России, Членов Комиссии: <...> – специалиста отдела ФРИР Кировского УФАС России; <...> – специалиста отдела ФРИР Кировского УФАС России;

в отсутствие:

заявителя: физического лица;

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе: индивидуального предпринимателя <...>;

рассмотрев материалы дела № 26/04-2017р по признакам нарушения пункта 6 части 5 статьи 5 и пункта 2 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (далее Федеральный закон «О рекламе») по факту распространения рекламы препаратов: «<...>» <...> в газете «<...>»,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области, поступило обращение физического лица по признакам нарушения, по мнению заявителя, рекламного законодательства при размещении рекламы следующих препаратов: ««<...>» <...> в газете «<...>». Как указывает заявитель, реклама вышеуказанных средств содержит ссылки на конкретные случаи излечения от заболеваний, указывает на лечебные свойства препаратов, улучшение состояния здоровья в результате применения объекта рекламирования, содержит выражение благодарности физическими лицами в связи с использованием объекта рекламирования, что нарушает требования рекламного законодательства.

Определением от 02.03.2017 возбуждено дело № 26/04-2017р в отношении индивидуального предпринимателя <...> рассмотрение дела № 26/04-2017р назначено на 31.03.2017.

Изучив материалы дела, Комиссия Кировского УФАС России приходит к следующим выводам.

Согласно ст. 3 Федерального закона «О рекламе», рекламой является

информация, распространяемая 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. Под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, 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. Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В рассматриваемом случае объектами рекламирования являются предлагаемые к продаже товары – препараты: <...>, <...> в газете «<...>».

Распространенная информация, содержащая описание свойств препаратов: ««<...>» <...> в газете «<...>», заболеваний, а также содержащая сведения и ценах на полный и минимальный курс приема таких препаратов и сведения о возможности приобретения препаратов в определенных местах (страница 4 газеты), направлена на привлечение внимания к вышеуказанным препаратам, формирует и поддерживает к ним интерес и тем самым способствует их продвижению на рынке, соответственно, является рекламой.

Согласно ч. 1 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускается.

Ненадлежащей признается реклама не соответствующая требованиям законодательства РФ (ст. 3 Федерального закона «О рекламе»).

Из содержания приведенных рекламных текстов однозначно следует, что препараты, перечисленные в рекламе: ««<...>» <...> в газете «<...>», оказывают положительное влияние на течение болезней, то есть обладают лечебными свойствами, и тем самым формируется мнение потребителей рекламы о принадлежности таких препаратов к лекарственным средствам.

В рассматриваемой информации в газете «Народная медицина» в выдержках из писем физических лиц, указаны конкретные примеры применения препаратов: ««<...>» <...> в газете «<...>», качестве лечебных средств, например:

-«<...>

-«<...>»;

-« Крем <...>...».

Согласно пункту 6 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» 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.

В соответствии с пунктом 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие

действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

В соответствии со статьей 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.

Согласно законодательству именно лекарственные средства могут применяться для профилактики, диагностики и лечения болезни.

Согласно статье 13 Федерального закона от 12.04.2010 №61 ФЗ «Об обращении лекарственных средств» в Российской Федерации допускаются производство, изготовление, хранение, перевозка, ввоз в Российскую Федерацию, вывоз из Российской Федерации, реклама, отпуск, реализация, передача, применение, уничтожение лекарственных препаратов, если они зарегистрированы соответствующим уполномоченным федеральным органом исполнительной власти.

Приказом Минздрава России от 21.09.2016 № 725н утвержден Административный регламент по предоставлению государственной услуги по государственной регистрации лекарственных препаратов для медицинского применения, в соответствии с которым документом, подтверждающим факт государственной регистрации лекарственного препарата, является регистрационное удостоверение.

Препараты: ««<...>» <...> находящемся в свободном доступе в сети «Интернет», следовательно, указанные препараты не являются лекарственными препаратами.

Анализ рассматриваемых рекламных текстов показывает, что препараты: ««<...>» <...> в газете «<...>», характеризуются как препараты, обладающие лечебными свойствами, что не соответствует действительности, поскольку такими свойствами могут обладать только лекарственные средства, в качестве которых рекламируемые препараты не зарегистрированы и поэтому не являются лекарственными средствами.

Указание в рекламе препаратов: ««<...>» <...>не являющихся лекарственными средствами, на их лечебные свойства недопустимо в силу Закона.

Кроме того, в газете «<...>» указано следующее: «Перед применением проконсультируйтесь со специалистом. Не является лекарством.» (страница 4 газеты).

Проанализировав имеющиеся в материалах дела документы, комиссия Кировского УФАС России приходит к выводу, что информация об указанных в газете препаратах: «<...>» <...> в газете «<...>», которые не являются лекарственными средствами, что исключает возможность указания в рекламе на их лечебные свойства, положительно влияющие на восстановление организма человека, а также содержит не соответствующие действительности сведения о характеристиках рекламируемых препаратах, что является нарушением требований пункта 6 части 5 статьи 5 и пункта 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В рассматриваемой ситуации ИП <...> является рекламодателем и рекламораспространителем вышеуказанной рекламы, исходя из совокупности имеющихся документов.

Согласно информации, представленной ООО «<...>» администратором доменного имени a-fito.ru является <...>

В соответствии с информацией, представленной КОГАУК «<...>» договор возмездного оказания услуг № 4/1 от 09.01.2017 на проведение 15 января 2017г. в Вятской филармонии выставки –продажи оздоровительных препаратов заключен с ИП <...> Согласно пункту 1.1. Договора КОГАУК «Вятская филармония» (Исполнитель) обязуется оказать ИП <...> (Заказчик) услуги по проведению 15 января 2017 года мероприятия «Выставка-продажа «<...>» в кассовом кулуаре первого этажа здания по адресу: <...>

В соответствии с информацией, представленной КОГБУК «<...>» договор возмездного оказания услуг № 05-11-59/2 от 10.01.2017 на проведение 15 января 2017г. 11:00-12:00 в <...> (<...>») выставки –продажи оздоровительных препаратов заключен с ИП <...>

Учитывая изложенное, рекламодателем спорной информации, рекламораспространителем и организатором выставок продаж оздоровительных препаратов, проводимых 15 января 2017г. с 11:00 до 12:00 в КОГБУК «Кировский социально-культурный <...>» и 15 января 2017г. с 13:00 до 14:00 в КОГАУК «<...>» является индивидуальный предприниматель <...>, что подтверждается материалами дела.

Исследовав материалы дела, комиссия Кировского УФАС России приходит к выводу, что рекламодателем и рекламораспространителем спорной рекламы, исходя из понятия, установленного статьей 3 Федерального закона «О рекламе», является ИП <...> который несет ответственность за нарушение требований пункта 6 части 5 статьи 5 и пункта 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 6 части 5 статьи 5 и пунктом 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель (изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо). Ответственность за нарушение пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» также несет рекламораспространитель (лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств).

Учитывая тот факт, что на момент принятия решения в материалах дела отсутствует документальное подтверждение устранения нарушения, Комиссия решила выдать индивидуальному предпринимателю <...> предписание об устранении нарушения рекламного законодательства.

На основании ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Комиссия считает необходимым передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административном правонарушении.

Руководствуясь ст. 3, ст. 5, ст. 33, ст. 36, ст. 38 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу о препаратах: «<...>» <...> в газете «<...>», содержащую недостоверные сведения о лечебных свойствах таких препаратов ненадлежащей, так как она противоречит пункту 6 части 5 статьи 5 и пункту 2 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать индивидуальному предпринимателю <...> предписание об устранении нарушения пункта 6 части 5 статьи 5 и пункта 2 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

3. Передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении индивидуального предпринимателя <...>

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, в суд общей юрисдикции в порядке, предусмотренном ст. 131 Гражданского процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии <...>

<...>

