

Решение по делу №08-51/2016

Исх. №ИП-08/5366

Комиссия Татарстанского УФАС России по рассмотрению дела о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии <...>-(...) – заместитель руководителя;

Члены Комиссии <...>-(...) – ведущий специалист-эксперт;

<...>-(...) – специалист 1 разряда,

рассмотрев дело № 08-51/2016, возбужденное по признакам нарушения пункта 1 части 1, части 1.1 статьи 25 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе», в отношении ИП (420066, РТ, г. Казань, ул. Декабристов, д. 2),

в отсутствии:

- <...>-(...) или представителя по доверенности (поступило ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие индивидуального предпринимателя или представителя по доверенности),

УСТАНОВИЛА:

На основании распоряжения Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Управление) от 18.12.2015 года №02/835-пр «О проведении внеплановой выездной проверки» была проведена внеплановая выездная проверка в отношении редакции газеты «Pro Город Казань» (420066, РТ, г.Казань, ул. Декабристов, д. 2).

Проверка начата 21 декабря 2015 года, окончена 30 декабря 2015 года.

По итогам проведения настоящей проверки установлен факт распространения в газете «ProГород Казань » № 50 (259) от 12.12.2015г. на странице 15 рекламы с текстом следующего содержания: **«5 новых эффективных препаратов... Простое решение по приемлемой цене... Проблемы с суставами, мышцами, спиной, возникающие в молодости, связаны с перегрузками, которые испытывают мышцы... В старшем возрасте... добавляются метаболические нарушения, нарушения питания тканей сустава и связок, вызванные острыми и хроническими заболеваниями. «ЦИТРОЛГИН» помогает суставам с 1985 года. Применение этого косметического крема помогает улучшить питание тканей в области суставов и позвоночника... «БИШОФИТ-ГЕЛЬ» - улучшенная формула природного бишофита – помогает усиливать кровообращение в зоне нанесения... Чистая кожа для детей и**

взрослых Высыпания, зуд, расчесы могут являться проявлением аллергии у детей и взрослых... Отечественными учеными создано новое косметическое средство «ГЛУТАМОЛ». Не обладая побочными эффектами «ГЛУТАМОЛ» может применяться длительно, что особенно важно при хроническом течении процесса. Его применение может помочь уменьшить покраснения, шелушение, утолщение кожи... усилен компонентами заживляющими, увлажняющими кожу, увеличивающими ее эластичность... **Проблемы бронхов и легких** – частые спутники простуды... Камфора, масло пихты, алоэ, входящие в состав косметического крема «МУКОФИТИН», помогут облегчить дыхание... **Вернуть красивые ногти – это реально!** Деформированные, утолщенные... «ФУНДИЗОЛ» помогает удалить поврежденные и растущие участки ногтевых пластинок, вырастить новый ноготь. Регулярное его применение поможет сохранить привлекательный вид ногтей и кожи стоп. **Защититься от холода и простуды...** Защитить слизистую носа поможет косметический крем «ВИРОСЕПТ». Его компоненты оказывают защитное и смягчающее действие... помогают заживлению микротрещин... Контакты Спрашивайте во всех аптеках...», которое имеет признаки нарушения пункта 1 части 1, части 1.1 статьи 25 Закона «О рекламе».

Согласно пункту 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.

В соответствии с частью 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).

Управлением установлено, что перечисленные в данном рекламном объявлении препараты не входят в государственный реестр лекарственных средств, следовательно, не являются таковыми. Также в рекламе отсутствует предупреждение о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством.

В пункте 1 статьи 3 Закона «О рекламе» дано понятие рекламы — это 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.

В пункте 2 статьи 3 Закона «О рекламе» дано понятие объекта рекламирования — это 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.

Информация, распространявшаяся в газете «ПроГород Казань » № 50 (259) от 12.12.2015г. на странице 15, содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; преследует строго заданные цели информирования: продвижение на рынке, призвана формировать и поддерживать интерес к услугам и товарам, предоставляемым соответствующим рекламодателем.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Федерального Закона «О рекламе», реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации является ненадлежащей.

Из положений части 7 статьи 38 закона о рекламе следует, что за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 1, частью 1.1 статьи 25 Закона «О рекламе» несет ответственность рекламодатель. В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Закона «О рекламе», рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств. Исходя из представленных документов, руководство редакцией газеты «Про город Казань» осуществляет <...>-(...) (договор между учредителем и редакцией СМИ газеты «PRO Город-ТВ» от 03 августа 2015г.). Согласно сведениям из выписки ЕГРЮЛ, полученной на Интернет-сайте Федеральной налоговой службы <https://egrul.nalog.ru/>, основным видом деятельности индивидуального предпринимателя является издание газет (код 22.12). Следовательно, в данном случае ИП (420066, РТ, г. Казань, ул. Декабристов, д. 2) является рекламодателем.

На основании изложенного, Управлением 18 марта 2016г. возбуждено дело по признакам нарушения законодательства о рекламе №08-51/2016.

05 апреля 2016г. ИП представила запрашиваемые Определением о возбуждении дела документы, в том числе заявка на размещение рекламных материалов в газете «PRO Город-ТВ» от 01.10.2015г., где заказчиком указано ООО «ИНФАРМА 2000», платежное поручение №837 от 08.12.2015г. Согласно пояснениям <...>-(...), указанные в рекламе средства не являются БАДами, а исходя из текста рекламы данные средства являются косметическими кремами. Следовательно, к рассматриваемой рекламе не могут быть применены нормы, регулирующие рекламу БАДов.

Комиссия, изучив имеющиеся материалы дела № 08-51/2016, пришла к следующим выводам.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе *объект рекламирования* – товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности, либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

В рассматриваемом случае объектами рекламирования являются предлагаемые к продаже товары – препараты «ЦИТРОЛГИН», «БИШОФИТ-ГЕЛЬ», «ГЛУТАМОЛ», «МУКОФИТИН», «ФУНДИЗОЛ», «ВИРОСЕПТ». Из содержания приведенного рекламного текста однозначно следует, что перечисленные препараты оказывают положительное влияние на течение болезней, перечисленных в рекламе, то есть

обладают лечебными свойствами, и тем самым формируется мнение потребителей рекламы о принадлежности таких препаратов к лекарственным средствам.

Согласно пункту 1 статьи 4 Федерального закона от 12.04.2010г. № 61-ФЗ «Об обращении лекарственных средств» (далее – Федеральный закон «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.*

В силу требований статьи 13 Федерального закона «Об обращении лекарственных средств» лекарственные препараты вводятся в гражданский оборот на территории Российской Федерации, если они зарегистрированы соответствующим уполномоченным федеральным органом исполнительной власти. При этом данные о регистрации лекарственных препаратов вносятся в государственный реестр лекарственных средств (статья 27, статья 33 Федерального закона «Об обращении лекарственных средств»).

Препараты «ЦИТРОЛГИН», «БИШОФИТ-ГЕЛЬ», «ГЛУТАМОЛ», «МУКОФИТИН», «ФУНДИЗОЛ», «ВИРОСЕПТ» отсутствуют в Государственном реестре лекарственных средств, что подтверждается дополнительно проведенным просмотром названного Реестра, находящегося в свободном доступе в сети Интернет, следовательно, указанные препараты лекарственными средствами не являются.

В рекламе не указано «не является лекарственным средством», однако присутствует указание на профилактические и лечебные свойства препаратов: ««ЦИТРОЛГИН» помогает суставам с 1985 года. Применение этого косметического крема *помогает улучшить питание тканей в области суставов и позвоночника... «БИШОФИТ-ГЕЛЬ»... помогает усиливать кровообращение в зоне нанесения... Высыпания, зуд, расчесы могут являться проявлением аллергии у детей и взрослых... Отечественными учеными создано новое косметическое средство «ГЛУТАМОЛ». Не обладая побочными эффектами «ГЛУТАМОЛ» может применяться длительно, что особенно важно при хроническом течении процесса. Его применение может помочь уменьшить покраснения, шелушение, утолщение кожи... усилен компонентами заживляющими, увлажняющими кожу, увеличивающими ее эластичность... **Проблемы бронхов и легких** – частые спутники простуды... Камфора, масло пихты, алоэ, входящие в состав косметического крема «МУКОФИТИН», **помогут облегчить дыхание... Защититься от холода и простуды...** Защитить слизистую носа поможет косметический крем «ВИРОСЕПТ». Его компоненты оказывают защитное и смягчающее действие... помогают заживлению микротрещин... Контакты Спрашивайте во всех аптеках...» и т.д.*

Данная реклама, сообщающая об излечении заболеваний организма, по существу является рекламой об излечении определенных заболеваний и

направлена на формирование у потребителей желания ею воспользоваться. То есть потребителю рекламы сообщается о том, что его избавят от того, от чего обычно лечат медицинскими способами, препаратами, при этом бывают побочные эффекты, т.е. по существу объектом рекламирования является именно услуги по излечению организма от многих заболеваний.

Комиссией установлено, что перечисленные в данном рекламном объявлении препараты не входят в государственный реестр лекарственных средств, следовательно, не являются таковыми. Также в рекламе отсутствует предупреждение о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством.

В соответствии с пунктом 1 части 1 статьи 25 Федерального 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 Федеральному закону от 02.01.2000г. № 29-ФЗ «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.

В соответствии с пунктом 2.1 СанПиН 2.3.2.1290-03 «Гигиенические требования к организации производства и оборота биологически активных добавок к пище (БАД)», утвержденных Главным государственным санитарным врачом Российской Федерации 17 апреля 2003 года, биологически активная добавка используется как дополнительный источник пищевых и биологически активных веществ, для оптимизации углеводного, жирового, белкового, витаминного и других видов обмена веществ при различных функциональных состояниях для нормализации и/или улучшения функционального состояния органов и систем организма человека, в том числе продуктов, оказывающих общеукрепляющее, мягкое мочегонное, тонизирующее, успокаивающее и иные виды действия при различных функциональных состояниях для снижения риска заболеваний, а также для нормализации микрофлоры желудочно-кишечного тракта, в качестве энтеросорбентов.

Статья 4 Федерального закона «Об обращении лекарственных средств» определяет лекарственные средства как 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.

Учитывая изложенное, представляется возможным сделать вывод, что БАДы или

пищевые добавки вообще не могут использоваться для лечения каких-либо заболеваний. В соответствии с Федеральным законом «О качестве и безопасности пищевых продуктов» биологически активные добавки к пище относятся к пищевым продуктам и не применяются для лечения и профилактики каких-либо заболеваний.

То есть фактически, когда из содержания фраз, употребленных при рекламе БАДа или пищевой добавки, потребитель может сделать однозначный вывод о положительном влиянии рекламируемого товара на течение болезни, то такая реклама будет нарушать законодательство. Более того, простое упоминание в рекламе БАДа или пищевой добавки какой-либо болезни автоматически ставит такую рекламу вне закона.

Однако в данной рекламе БАДа или пищевой добавки содержится информация, указывающая на чудодейственные свойства товара. Это свидетельствует о намерении рекламодателя привлечь внимание покупателей к рекламируемому товару именно как к средству, оказывающему профилактическое и лечебное воздействие.

Кроме того в рассматриваемой рекламе отсутствует предупреждение о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством.

Таким образом, реклама препаратов «ЦИТРОЛГИН», «БИШОФИТ-ГЕЛЬ», «ГЛУТАМОЛ», «МУКОФИТИН», «ФУНДИЗОЛ», «ВИРОСЕПТ», распространяемая в газете «ProГород Казань » № 50 (259) от 12.12.2015г. на странице 15, размещена с нарушением пункта 1 части 1, части 1.1 статьи 25 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе».

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации является ненадлежащей.

Из положений части 7 статьи 38 закона о рекламе следует, что за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 1, частью 1.1 статьи 25 Закона «О рекламе» несет ответственность рекламодатель. В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Закона «О рекламе», рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств. В данном случае рекламодателем является ИП (420066, РТ, г. Казань, ул. Декабристов, д. 2).

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37 - 43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу препаратов «ЦИТРОЛГИН», «БИШОФИТ-

ГЕЛЬ», «ГЛУТАМОЛ», «МУКОФИТИН», «ФУНДИЗОЛ», «ВИРОСЕПТ», размещенную в газете «ПроГород Казань » № 50 (259) от 12.12.2015г., поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 1, части 1.1 статьи 25 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ИП (420066, РТ, г. Казань, ул. Декабристов, д. 2) предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Татарстанского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Решение может быть обжаловано в течение трех месяцев со дня его принятия в арбитражный суд.

Примечание. За невыполнение в установленный срок законного решения антимонопольного органа статьей 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.