

ИП <...>

РБ, р-н Кармаскалинский, с.Адзитарово, ул.Коммунистическая, 57

ИП <...>.

РБ, г.Октябрьский, 21 микрорайон, д.1, кв.97.

Заявитель:

вх.№2306 от 19.02.2019

РЕШЕНИЕ

(по делу №ТО002/05/25-152/2019)

02.09.2019г.

г. Уфа, ул. Пушкина, 95

Комиссия Башкортостанского УФАС России по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Временно исполняющий обязанности председателя комиссии:

<...>- временно исполняющий обязанности заместителя руководителя – заместитель начальника отдела взаимодействия с государственными органами, аналитической работы и рекламы;

Члены Комиссии:

<...> – главный специалист-эксперт отдела взаимодействия с государственными органами, аналитической работы и рекламы;

<...> – ведущий специалист-эксперт отдела взаимодействия с государственными органами, аналитической работы и рекламы;

рассмотрев заявление и материалы проверки, представленные Амурским УФАС России (исх.№03-476/307-э от 13.02.2019) (вх.№2306 от 19.02.2019), по признакам нарушения закона о рекламе при распространении газеты «Вестник здоровья»,

в отсутствии:

- ИП <...>, ИП <...>(извещены надлежащим образом);

УСТАНОВИЛА:

В УФАС по Республике Башкортостан от Амурского УФАС России (исх. №03-476/307-э от 13.02.2019) (вх.№2306 от 19.02.2019) поступило заявление и материалы проверки, по признакам нарушения закона о рекламе при распространении газеты «Вестник здоровья».

В своем обращении, заявитель, указал, что в почтовых ящиках многоквартирных жилых домов в г.Благовещенске распространяется газета «Вестник здоровья», содержащая рекламу биологически активных добавок таких как: «Фитоксин», Алкозамин», «Эректовит», «Фемилонг», «Виакапс», «Окапин», «Лигаста», «Лородекс», «Диабетнорм», с информацией о проведении выставок - продаж продукции торговой марки «Фитомакс».

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 17.04.2003, 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 как продукт, оказывающий 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.

Согласно статье 1 Федерального закона от 02.01.2000 N 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.

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

В соответствии с реестром свидетельств о регистрации расположенном на сайте Евразийской Экономической Комиссии <http://www.fr.cis.ru>, многие из представленных в рекламе препаратов являются биологически активными добавками к пище, например, «Виакапс» - биологически активная добавка к пище (капсулы массой 540 мг), номер свидетельства и дата - RU.77.99.88.003.E.001887.04.17 от 19.04.2017.

В силу пункта 6 части 5 статьи 5 Закона «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.

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.

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.

Рассматриваемая реклама создает впечатление о том, что

биологически активные добавки являются лекарственными средствами и (или) обладают лечебными свойствами, содержит ссылки на конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния в результате применения таких добавок, содержит выражение благодарности физическими лицами в связи с применением таких добавок.

Таким образом, рассматриваемая реклама, размещенная в газете «Вестник здоровья» нарушает требования пункта 6 части 5 статьи 5, пунктов 1, 2 и 3 части 1 статьи 25 Закона «О рекламе».

В соответствии со статьей 38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 6 части 5 статьи 5, пунктами 1, 2 и 3 части 1 статьи 25 указанного закона несет рекламодаделец и рекламодатель.

В рамках рассмотрения заявления Амурским УФАС России направлены запросы в адрес юридических лиц, на территории которых (как указано в газете) проводились «выставки-продажи» продукции «Фитомакс», о предоставлении информации об организаторе данных продаж.

Согласно представленной информации, Амурским УФАС России установлено, что договоры на аренду помещений для проведения выставок-продаж заключались с индивидуальными предпринимателями:

- <...> (ОГРНИП: 318028000080302, ИНН: 022903415250, <...>);
- <...> (ОГРНИП: 313028000025077, ИНН: 026503129491, <...>).

29.03.2019 года на рассмотрении дела ИП <...>, ИП <...> не явились. Почтовые уведомления, о надлежащем извещении лица, о времени и месте рассмотрения дела, в Управление не вернулось.

Комиссией принято решение: продлить срок рассмотрения дела; отложить рассмотрение дела на другую дату.

15.04.2019 г. гр. <...> на рассмотрении дела ИП <...>, ИП <...> не явились. Почтовые уведомления, о надлежащем извещении лица, о времени и месте рассмотрения дела, в Управление не вернулось.

Комиссией принято решение: приостановить производство по делу № ТО002/05/25-152/2019; направить запросы в УФМС России по Республике Башкортостан для установления адреса фактического местожительства/регистрации гр. <...> (<...>), и гр. <...> (ОГРНИП: 313028000025077, ИНН: 026503129491, <...>); в Межрайонную инспекцию ФНС России №39 по Республике Башкортостан (РБ, г. Уфа, ул. Красина, д.52) для установления местонахождения лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства Российской

Федерации о рекламе.

20.05.2019г. от Управления по вопросам миграции по Республике Башкортостан поступили адресные справки (вх.№7482 от 20.05.2019г.). По имеющимся сведениям отдела(отделения, группы) адресно-справочной работы Управления ФМС России по Республике Башкортостан гр. <...>. зарегистрирована по адресу РБ, Кармаскалинский район, д.Адзитарово, ул.Коммунистическая, 57; гр. <...> зарегистрирован по адресу РБ, г.Октябрьский, 21 микрорайон, 1-97.

09.07.2019г. ИП <...> и ИП <...> на рассмотрение дела не явились. Почтовое уведомление о надлежащем извещении в Управление не поступало. Комиссией принято решение об отложении рассмотрения дела на другую дату.

29.07.2019г. ИП <...> и ИП <...> на рассмотрение дела не явились. Почтовое уведомление о надлежащем извещении в Управление не поступало. Комиссией принято решение об отложении рассмотрения дела на другую дату.

14.08.2019г. ИП <...> и ИП <...> на рассмотрение дела не явились. Почтовое уведомление о надлежащем извещении в Управление не поступало. Комиссией принято решение об отложении рассмотрения дела на другую дату.

02.09.2019г. ИП <...>, ИП <...> на рассмотрение дела не явились. Телеграмма, направленная ИП <...> вернулась с пометкой: «Не доставлена. Адресат по указанному адресу не проживает». Телеграмма, направленная ИП <...> вернулась с пометкой: «Не доставлена. Адресат отсутствует. Члены семьи от приема телеграммы отказались».

Таким образом, Башкортостанским УФАС России были предприняты необходимые меры для надлежащего уведомления ИП <...> и ИП <...> о времени и месте рассмотрения дела №ТО002/05/25-152/2019.

Анализ материалов дела показал, что реклама биологически активных добавок: «Фитоксин», Алкозамин», «Эректовит», «Фемилонг», «Виакапс», «Окапин», «Лигаста», «Лородекс», «Диабетнорм», с информацией о проведении выставок - продаж продукции торговой марки «Фитомакс», размещенная в газете «Вестник здоровья», нарушает пункт 6 части 5 статьи 5, пункты 1,2,3 части 1 статьи 25 Федерального закона «О рекламе».

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 17.04.2003, 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 как продукт, оказывающий 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.

Согласно статье 1 Федерального закона от 02.01.2000 N 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.

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

В соответствии с реестром свидетельств о регистрации расположенном на сайте Евразийской Экономической Комиссии <http://www.fr.crc.ru>, многие из представленных в рекламе препаратов являются биологически активными добавками к пище, например, «Виакапс» - биологически активная добавка к пище (капсулы массой 540 мг), номер свидетельства и дата - RU.77.99.88.003.E.001887.04.17 от 19.04.2017.

В силу пункта 6 части 5 статьи 5 Закона «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.

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.

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.

Рассматриваемая реклама создает впечатление о том, что биологически активные добавки являются лекарственными средствами и (или) обладают лечебными свойствами, содержит ссылки на конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния в результате применения таких добавок, содержит выражение благодарности физическими лицами в связи с применением таких добавок.

В соответствии с п.1 ст.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.

Вышеуказанная информация содержит все правовые признаки рекламы:

- адресована неопределенному кругу лиц;

-направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – формирование и поддержание интереса к нему, и его продвижение на рынке.

Комиссией Башкортостанского УФАС России по делу №ТО002/05/25-152/2019 было принято решение: признать указанную рекламу ненадлежащей, нарушающей пункт 6 части 5 статьи 5, пункты 1,2,3 часть 1 статьи 25 Федерального закона «О рекламе». Выдать предписание – ИП <...> о прекращении нарушения законодательства о рекламе; выдать предписание ИП <...> о прекращении нарушения законодательства о рекламе, передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления для возбуждения административного дела в отношении ИП <...> и ИП <...>, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Резолютивная часть решения оглашена на заседании Комиссии Башкортостанского УФАС России 02.09.2019г.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 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, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу биологически активных добавок: «Фитоксин», Алкозамин», «Эректовит», «Фемилонг», «Виакапс», «Окапин», «Лигаста», «Лородекс», «Диабетнорм», с информацией о проведении выставок - продаж продукции торговой марки «Фитомакс», размещенной в газете «Вестник здоровья», так как она нарушает пункт 6 части 5 статьи 5, пункты 1,2,3 части 1 статьи 25 Федерального закона «О рекламе».

2. В соответствии с п.44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, выдать ИП <...>. предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, так как она должна соответствовать требованиям пункта 6 части 5 статьи 5, пунктам 1,2,3 части 1 статьи 25 Федерального закона «О рекламе».

3. В соответствии с п.44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, выдать ИП <...>. предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, так как она должна соответствовать требованиям пункта 6 части 5 статьи 5, пунктам 1,2,3 части 1 статьи 25 Федерального закона «О рекламе».

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления для возбуждения административного дела по ч.1 ст.14.3 КоАП РФ в отношении ИП <...>, ИП <...>.

Решение изготовлено в полном объеме 05.09.2019г.

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

Временно исполняющий
обязанности председателя
Комиссии

<...>

<...>

Члены Комиссии

<...>

