



Управление Федеральной антимонопольной службы  
по республике Коми

## РЕШЕНИЕ

23 сентября 2013 года

(изготовление решения в  
полном объеме)

11 сентября 2013 года

(оглашение резолютивной  
части)

№ 03-01/8085

г. Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми по рассмотрению дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия, Коми УФАС России), в составе:

<...>;

рассмотрев материалы дела № Р 24-06/13, возбужденного в отношении индивидуального предпринимателя <...>ой (далее – ИП <...>а О.К.) по факту распространения на первой полосе газеты «Панорама столицы» № 19 (790) от 20.05.2013 рекламы следующего содержания: «ЗВЕНЯЩИЕ КЕДРЫ РОССИИ Звенящие кедры продукция из сибирского кедра ЦЕЛЕБНОЕ КЕДРОВОЕ МАСЛО помогает при лечении: • ОРЗ, грипп, ларингит, псориаз, нейродермит; • в комплексной терапии туберкулеза и онкологических заболеваний; • заболеваний ЖКТ (гастрит, язвенная болезнь желудка и 12-перстной кишки) • при гинекологических заболеваниях (кольпит, эндоцервицит, эрозия шейки матки); • нормализует деятельность нервной системы; снимает синдром хронической усталости; • усиливает половую функцию, а именно усиливает жизнестойкость и активность женских и мужских половых клеток; • выводит соли тяжёлых металлов Товар сертифицирован. масло кедровое, обогащенное живицей кедра, орех кедровый, жмых, скорлупа, сиропы из хвои кедра, лечебные зубные пасты, а также

книги серии «Звенящие кедровые России» автора В.Н. Мегре Магазины «Звенящие кедровые» в г. Сыктывкаре: ЦУМ, 2 этаж; «Торговый Двор», 3 этаж; ТЦ «Звёздный», 2 этаж. Телефоны: 89042713558, 89121552009. реклама Официальный дилер ООО «Звенящие кедровые» в г. Сыктывкаре РК [www.megre.ru](http://www.megre.ru) ВОЗМОЖНЫ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ. ПРОКОНСУЛЬТИРУЙТЕСЬ У СПЕЦИАЛИСТА» с признаками нарушения требований п. 6 ч. 5 ст. 5, п. 1 ч. 1 ст. 25 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе),

в присутствии ИП <...>ой О.К.,

в отсутствие ООО «Пятница», надлежащим образом извещенного о времени и месте рассмотрения дела, письмом № 60 от 10.09.2013 (вх. № 5193 от 11.09.2013) направившего ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие представителя Общества,

#### УСТАНОВИЛА:

Коми УФАС России в ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе выявлено распространение на первой полосе газеты «Панорама столицы» № 19 (790) от 20.05.2013 рекламы следующего содержания: «ЗВЕНЯЩИЕ КЕДРОВЫЕ РОССИИ Звенящие кедровые продукция из сибирского кедрового ЦЕЛЕБНОЕ КЕДРОВЫЕ МАСЛО помогает при лечении: • ОРЗ, грипп, ларингит, псориаз, нейродермит; • в комплексной терапии туберкулеза и онкологических заболеваний; • заболеваний ЖКТ (гастрит, язвенная болезнь желудка и 12-перстной кишки) • при гинекологических заболеваниях (кольпит, эндоцервицит, эрозия шейки матки); • нормализует деятельность нервной системы; снимает синдром хронической усталости; • усиливает половую функцию, а именно усиливает жизнестойкость и активность женских и мужских половых клеток; • выводит соли тяжёлых металлов Товар сертифицирован. масло кедровое, обогащенное живицей кедрового, орех кедровый, жмых, скорлупа, сиропы из хвои кедрового, лечебные зубные пасты, а также книги серии «Звенящие кедровые России» автора В.Н. Мегре Магазины «Звенящие кедровые» в г. Сыктывкаре: ЦУМ, 2 этаж; «Торговый Двор», 3 этаж; ТЦ «Звёздный», 2 этаж. Телефоны: 89042713558, 89121552009. реклама Официальный дилер ООО «Звенящие кедровые» в г. Сыктывкаре РК [www.megre.ru](http://www.megre.ru) ВОЗМОЖНЫ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ. ПРОКОНСУЛЬТИРУЙТЕСЬ У СПЕЦИАЛИСТА» (далее – рассматриваемая реклама).

По указанному факту определением № 03-01/4989 от 13.06.2013 возбуждено рекламное дело № Р 24-06/13 по признакам нарушения п. 6 ч. 5 ст. 5, п. 1 ч. 1 ст. 25 Закона о рекламе в отношении ИП <...>ой О.К.

Из материалов дела № Р 24-06/13 (далее – рекламное дело) усматривается нижеследующее.

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:

- распространена посредством размещения в периодическом печатном средстве массовой информации, а именно, на первой полосе газеты «Панорама столицы» № 19 (790) от 20.05.2013;

- адресована неопределенному кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования: «Звенящие кедры России», продукции из сибирского кедра, кедровому маслу, маслу кедровому, обогащенному живицей кедра, ореху кедровому, жмыху, скорлупе, сиропам из хвои кедра, лечебным зубным пастам, книгам из серии «Звенящие кедры России» автора В.Н. Мегре, магазинам «Звенящие кедры» в г. Сыктывкаре, официальному дилеру ООО «Звенящие кедры» в г. Сыктывкаре РК, формирование и поддержание интереса к ним, и их продвижение на рынке.

Таким образом, указанная информация, размещенная на первой полосе газеты «Панорама столицы» № 19 (790) от 20.05.2013, является рекламой.

**В соответствии с п. 6 ч. 5 ст. 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.**

В соответствии с пунктами 1, 4 ст. 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;

- лекарственные препараты - лекарственные средства в виде лекарственных форм, применяемые для профилактики, диагностики, лечения заболевания, реабилитации, для сохранения, предотвращения или прерывания беременности.

В силу ч. 1 ст. 13 Федерального закона от 12.04.2010 № 61-ФЗ «Об обращении лекарственных средств» лекарственные препараты вводятся в гражданский оборот на территории Российской Федерации, если они зарегистрированы соответствующим уполномоченным федеральным органом исполнительной власти. В соответствии со ст. 33 Федерального закона от 12.04.2010 № 61-ФЗ «Об обращении лекарственных средств» перечень лекарственных препаратов,

прошедших государственную регистрацию, перечень фармацевтических субстанций, входящих в состав лекарственных препаратов, содержатся в государственном реестре лекарственных средств.

Согласно данным, содержащимся в государственном реестре лекарственных средств (<http://grls.rosminzdrav.ru/grls.aspx>), такое лекарственное средство как «кедровое масло» в указанном реестре не зарегистрировано.

В связи с вышеизложенным, указанное в рассматриваемой рекламе «кедровое масло» не является лекарственным средством.

Поскольку рекламируемая продукция не зарегистрирована как лекарственное средство, то есть таковым не является, то исключена возможность указания в рекламе этой продукции на её лечебные свойства, то есть положительное влияние на течение болезни.

**В соответствии с п. 1 ч. 1 ст. 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 ч. 4 ст. 2 Закона о рекламе специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

Из содержания рассматриваемой рекламы усматривается, что она не является явно не относящейся к рекламе биологически активных добавок и пищевых добавок.

Согласно письменным пояснениям, представленным ИП <...>ой О.К. в материалы рекламного дела, кедровое масло, указанное в рассматриваемой рекламе, является биологически активной добавкой.

В материалах рекламного дела имеются копии сертификатов соответствия № С- RU.АЯ79.В.00434 на продукцию «Масло кедровое нерафинированное» (срок действия сертификата соответствия с 11.03.2009 по 10.03.2014) и № С- RU.АЯ79.В.00747 на продукцию «Масло кедровое нерафинированное, обогащенное растительными добавками: растительными экстрактами, масляными вытяжками шиповника, облепихи, брусники, боярышника, черники, живицы кедровой» (срок действия сертификата соответствия с 24.06.2009 по 23.06.2014). Указанные сертификаты подтверждают, что обозначенная в них продукция, изготовленная ООО «Мегре», соответствует требованиям Технического регламента на масложировую продукцию (Федеральный закон от 24.06.2008 № 90-ФЗ).

Согласно информации, содержащейся на официальном сайте Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (<http://rospotrebnadzor.ru>), в Реестре продукции, прошедшей государственную регистрацию, в качестве биологически активной добавки к пище зарегистрирована следующая продукция, изготовленная ООО «Мегре»:

- «Масло сибирского кедра» (флаконы от 100 г до 1000 г), номер свидетельства и дата: 77.99.23.3.У.3096.5.07 от 02.05.2007;

- «Масло сибирского кедра с живицей» (от 50 г до 500 г), номер свидетельства и дата: 77.99.23.3.У.7262.7.09 от 29.07.2009.

Таким образом, из материалов рекламного дела усматривается, что указанное в рассматриваемой рекламе «кедровое масло» является биологически активной добавкой к пище.

Согласно пункту 23 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» при применении [пункта 1 части 1 статьи 25](#) Закона о рекламе судам 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.

В рассматриваемой рекламе указано, в том числе следующее: целебное кедровое масло помогает при лечении: ОРЗ, гриппа, ларингита, псориаза, нейродермита; в комплексной терапии туберкулеза и онкологических заболеваний; заболеваний ЖКТ (гастрит, язвенная болезнь желудка и 12-перстной кишки); при гинекологических заболеваниях (кольпит, эндоцервицит, эрозия шейки матки); нормализует деятельность нервной системы; снимает синдром хронической усталости; усиливает половую функцию, а именно усиливает жизнестойкость и активность женских и мужских половых клеток; выводит соли тяжёлых металлов.

Из содержания рассматриваемой рекламы следует, что «кедровое масло» обладает лечебными свойствами при различных заболеваниях.

В ходе рассмотрения рекламного дела 11.07.2013 ИП <...>а О.К. пояснила, что в рассматриваемой рекламе нет указания на лечебные свойства объекта рекламирования, а указано только на то, что он помогает при лечении перечисленных в рекламе заболеваний.

В связи с заявленным доводом определением № 03-01/5945 от 11.07.2013 рассмотрение дела № Р 24-06/13 приостанавливалось в связи с необходимостью получения заключения специалистов ФАС России по рассматриваемым Комиссией обстоятельствам.

ФАС России письмом № АД/28850/13, представленным в материалы рекламного дела, разъяснила, что поскольку в рассматриваемой рекламе содержатся названия заболеваний и одновременное упоминание продукта как средства, оказывающего лечебно-профилактический эффект, то указанная реклама содержит признаки нарушения пункта 1 части 1 статьи 25 Закона о рекламе.

В связи с вышеизложенным, Комиссией отклонён довод ИП <...>ой О.К. о том, что в рассматриваемой рекламе отсутствует указание на лечебные свойства объекта рекламирования.

При таких обстоятельствах рассматриваемая реклама размещена в нарушение требований п. 6 ч. 5 ст. 5, п. 1 ч. 1 ст. 25 Закона о рекламе.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за распространение рекламы, не соответствующей требованиям п. 6 ч. 5 ст. 5, п. 1 ч. 1 ст. 25 Закона о рекламе, несёт рекламодатель.

Частью 8 ст. 38 Закона о рекламе предусмотрено, что рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В силу п. 7 ст. 3 Закона о рекламе рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно п. 6 ст. 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Согласно письменным пояснениям, представленным ИП <...>ой О.К. в материалы рекламного дела, и пояснениям, данным ею в ходе рассмотрения рекламного дела, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП <...>а О.К.; 15.05.2013 ей поступил телефонный звонок от ООО «Пятница» с предложением разместить ранее высланную ею рекламу; содержание рекламы определено ИП <...>ой О.К.; информация, содержащаяся в рекламе, была взята из информационных буклетов по кедровому маслу и исследований по употреблению кедрового масла под знаком «Звенящие кедры России»; письменно реклама с ИП <...>ой О.К. не согласовывалась; рекламопроизводитель не вносил не согласованных с ИП <...>ой О.К. изменений в заказанную ею рекламу; письменных претензий к рекламопроизводителю и рекламораспространителю ИП <...>а О.К. не предъявляла.

Согласно письменным пояснениям, представленным ООО «Пятница» в материалы рекламного дела, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП <...>а О.К., рекламораспространителем - ООО «Пятница»; содержание рекламы определено рекламодателем; небольшие изменения, внесенные в рекламу, были согласованы с ИП <...>ой О.К. по телефону.

В материалах рекламного дела имеется копия договора № ПС/2012-88 от 29.12.2012, заключенного между Муниципальным автономным учреждением «Сыктывкарский информационно-издательский центр «Панорама столицы» (далее - МАУ СИИЦ «Панорама столицы») и ООО «Пятница», согласно которому МАУ СИИЦ «Панорама столицы» поручает, а ООО «Пятница» принимает на себя обязательство осуществлять от своего имени, но за счет МАУ СИИЦ «Панорама столицы» действия по проведению рекламной кампании печатного издания «Панорама столицы», а также действия по поиску рекламодателей и заключению с ними договоров на изготовление и/или размещение рекламного материала, в том числе: выставление материалов на газетные полосы, подготовка и выставление рекламных модулей,

печать и тиражирование, курьерская доставка печатного издания.

Лицами, участвующими в деле, в материалы рекламного дела представлены копии следующих документов: договора на производство и размещение информационно-рекламного материала от 06.03.2013, заключенного между ООО «Пятница» и ИП <...>ой О.К.; заявки от ИП <...>ой О.К. на размещение рассматриваемой рекламы; счета на оплату № 56 от 17.05.2013; платежного поручения № 26 от 28.05.2013; акта № 82 от 20.05.2013, согласно которому услуги по размещению информационно-рекламного материала в газете «Панорама столицы» № 19 выполнены ООО «Пятница» полностью и в срок, заказчик (ИП <...>а О.К.) претензий по объему, качеству и срокам оказания услуг не имеет.

Из материалов рекламного дела усматривается, что **рекламодателем** рассматриваемой рекламы является **ИП <...>а О.К., рекламопроизводителем и рекламораспространителем – ООО «Пятница».**

В соответствии с выпиской из ЕГРИП № 1114 от 18.06.2013 основным видом экономической деятельности ИП <...>ой О.К. является розничная торговля в неспециализированных магазинах.

Согласно пунктам 2.1, 2.2 Устава ООО «Пятница» целями деятельности Общества является получение прибыли и удовлетворение спроса на продукцию и услуги, производимые предприятием. Общество вправе осуществлять любые виды деятельности, не запрещенные законом, включая издательскую деятельность, в том числе выпуск и реализацию средств массовой информации.

Из вышеизложенного следует, что рассматриваемая реклама размещена с целью получения ИП <...>ой О.К. и ООО «Пятница» прибыли от их экономической деятельности, что отвечает целям предпринимательской деятельности.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение требований п. 6 ч. 5 ст. 5, п. 1 ч. 1 ст. 25 Закона о рекламе произошло по вине рекламодателя – ИП <...>ой О.К.

Из материалов рекламного дела усматривается, что со стороны ИП <...>ой О.К. должных мер по контролю соответствия рекламы требованиям Закона о рекламе не принято, что и привело к рассматриваемому нарушению.

**Таким образом, ИП <...>ой О.К. нарушены требования п. 6 ч. 5 ст. 5, п. 1 ч. 1 ст. 25 Закона о рекламе.**

Из материалов рекламного дела следует, что территория распространения рассматриваемой рекламы - г. Сыктывкар, время распространения рекламы – 20.05.2013.

На дату принятия Комиссией решения в материалах рекламного дела отсутствуют доказательства прекращения распространения ненадлежащей рекламы. В связи с чем, Комиссия приходит к выводу о необходимости выдачи ИП <...>ой О.К. и ООО «Пятница» предписаний о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы.

На основании изложенного, руководствуясь п. 4 ст. 3, п. 2 ч. 1 ст. 33, п. 7 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37 – 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, п. 3.58 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12,

## РЕШИЛА:

1. Признать рекламу, размещенную на первой полосе газеты «Панорама столицы» № 19 (790) от 20.05.2013, следующего содержания: «ЗВЕНЯЩИЕ КЕДРЫ РОССИИ Звенящие кедровые продукты из сибирского кедрового ЦЕЛЕБНОЕ КЕДРОВОЕ МАСЛО помогает при лечении: • ОРЗ, грипп, ларингит, псориаз, нейродермит; • в комплексной терапии туберкулеза и онкологических заболеваний; • заболеваний ЖКТ (гастрит, язвенная болезнь желудка и 12-перстной кишки) • при гинекологических заболеваниях (кольпит, эндоцервицит, эрозия шейки матки); • нормализует деятельность нервной системы; снимает синдром хронической усталости; • усиливает половую функцию, а именно усиливает жизнестойкость и активность женских и мужских половых клеток; • выводит соли тяжёлых металлов Товар сертифицирован. масло кедровое, обогащенное живицей кедрового ореха, кедровый жмых, скорлупа, сиропы из хвои кедрового дерева, лечебные зубные пасты, а также книги серии «Звенящие кедровые продукты России» автора В.Н. Мегре Магазины «Звенящие кедровые продукты» в г. Сыктывкаре: ЦУМ, 2 этаж; «Торговый Двор», 3 этаж; ТЦ «Звёздный», 2 этаж. Телефоны: 89042713558, 89121552009. реклама Официальный дилер ООО «Звенящие кедровые продукты» в г. Сыктывкаре РК [www.megre.ru](http://www.megre.ru) ВОЗМОЖНЫ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ. ПРОКОНСУЛЬТИРУЙТЕСЬ У СПЕЦИАЛИСТА» ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования п. 6 ч. 5 ст. 5, п. 1 ч. 1 ст. 25 Закона о рекламе.

2. Выдать ООО «Пятница» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения указанной в пункте 1 Решения ненадлежащей рекламы.

3. Выдать ИП <...>ой О.К. предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения указанной в пункте 1 Решения ненадлежащей рекламы.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении ИП <...>ой О.К. дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 23 сентября 2013 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198

Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.