

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ

### о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе № 074/05/25-2435/2023 и продлении срока его рассмотрения

16 октября 2023 года г. Челябинск, пр. Ленина, 59

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области (далее – Челябинское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) <...>, рассмотрев материалы Управления Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Челябинской области по факту распространения рекламы биологических активных добавок и пищевых добавок в печатном издании «ПРО ЗДОРОВЬЕ», с признаками нарушения пункта 4, 6 части 5 статьи 5, части 7 статьи 5, пункта 1, 2 части 1, части 1.1 статьи 25 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Федеральный закон «О рекламе»),

#### УСТАНОВИЛА:

Челябинским УФАС России рассмотрены материалы Управления Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Челябинской области (от 16.08.2023 вх. № 10891/23) по факту распространения рекламы биологических активных добавок и пищевых добавок в печатном издании «ПРО ЗДОРОВЬЕ», распространяемом 22.06.2023 по следующим адресам: г. Челябинск, ул. Красная, д. 69, пр. Ленина, д. 71, Свердловский проспект, 62.

В рассматриваемом печатном издании «ПРО ЗДОРОВЬЕ» присутствует указание на телефонный номер 8-800-302-03-04, сайт [www.zdravomedru.com](http://www.zdravomedru.com). Вместе с тем, в указанном печатном издании отсутствует указание на регистрацию средства массовой информации, тираж, дату выпуска издания.

Согласно выписке из реестра Российской системы и плана нумерации, размещенной на официальном сайте Федерального агентства связи, телефонный номер 8-800-302-03-04, входит в ресурс нумерации оператора связи ПАО «Ростелеком».

ПАО «Ростелеком» представлены пояснения, согласно которым телефонный номер выделен ИП Щ<...>.

Челябинским УФАС России направлен запрос ИП Щ<...> (от 18.09.2023 исх. № НМ/12594/23), ответ на который в установленный срок не поступил.

На сайте [www.zdravomedru.com](http://www.zdravomedru.com) содержится указание на торговую марку «Здравомед» с указанием адреса и электронной почты.

Челябинским УФАС России направлены запросы ТМ «Здравомед» о представлении необходимых документов и сведений (от 21.08.2023 исх. № НМ/11318/23, от 18.09.2023 исх. № НМ/12593/23), ответы на которые в установленные сроки не поступили.

Челябинским УФАС России направлен запрос ООО «Научно-производственное предприятие «Лаборатория красоты и здоровья» (от 22.09.2023 исх. № НМ/12985/23).

ООО «Научно-производственное предприятие «Лаборатория красоты и здоровья» представлены пояснения, в соответствии с которыми Общество занимается контрактным производством биологически активных добавок к пище и пищевым продуктам. Между Обществом и ИП В<...> заключен договор подряда на производство продукции № 08/02-2021П от 08.02.2021, согласно которому Общество обязуется выполнять работы по производству продукции своими силами и средствами. Аналогичного содержания договор подряда на производство продукции заключен с ИП Н<...> 01/07-2021П.

Челябинским УФАС России направлены запросы ИП В<...>, ИП Н<...> о представлении необходимых документов и сведений (от 06.10.2023 исх. № АК/13763/23, № АК/13764/23), ответы на которые в установленные сроки не поступили.

*Рассмотрение заявления и материалов приводит к следующим выводам.*

Согласно части 1 статьи 3 Федерального закона «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.

В соответствии с частью 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» объект рекламирования - 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.

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, а также 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 (пункт 5, 6 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе»).

Согласно части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Реклама формирует интерес к товару или услуге и направлено на формирование у потребителей желания ими воспользоваться. Поэтому существенной является информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителя такой рекламой.

Отсутствие в рекламе существенной части информации приводит к искажению рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемым товаром или видом услуг.

Реклама биологически активных добавок и пищевых добавок не должна создавать впечатление о том, что они являются лекарственными средствами и (или) обладают лечебными свойствами, содержать ссылки на конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния в результате применения таких добавок (пункт 1, 2 части 1 статьи 25 Федерального закона «О рекламе»).

Согласно пункту 23 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 08.10.2012 № 58 О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» при применении данной нормы 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.

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) (часть 1.1 статьи 25 Федерального закона «О рекламе»).

Так, в печатном издании «ПРО ЗДОРОВЬЕ», распространяемом 22.06.2023 по адресам: г. Челябинск, ул. Красная, д. 69, пр. Ленина, д. 71, Свердловский проспект, 62, содержится информация о биологически активных добавок и пищевых добавок.

Распространяемая посредством печатного издания информация является рекламой, поскольку отвечает всем квалифицирующим признакам рекламы:

- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания;
- направлена на формирование или поддержание интереса к объекту рекламирования и его продвижение на рынке.

Из содержания распространяемой информации усматривается, что объектами рекламирования являются биологически активные добавки и пищевые добавки.

Таким образом, информация в печатном издании «ПРО ЗДОРОВЬЕ», распространяемая в г. Челябинске по адресам: ул. Красная, д. 69, пр. Ленина, д. 71, Свердловский проспект, 62, является рекламой, поскольку адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания и формирование интереса со стороны потребителей к биологически активным добавкам и пищевым добавкам.

Описание каждой биологически активной добавки и пищевой добавки оформлено в виде статей вопросов-ответов, а также изображения медицинского работника с указанием фамилии, имени, отчества, должности.

Вместе с тем, использование биологически активных добавок и пищевых добавок не является медицинской услугой, средствами личной гигиены, потребителями данной рекламы является неопределенный круг лиц, а также рассматриваемое печатное издание не содержит указания об исключительной предназначенности медицинским и фармацевтическим работникам.

Таким образом, рассматриваемая реклама биологически активных добавок и пищевых добавок содержит признаки нарушения пункта 4 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Статьи биологически активных добавок и пищевых добавок содержат описание симптомов заболевания, степень опасности заболевания, постановку диагноза, а также какие меры необходимо предпринять.

Однако указанные биологически активные добавки и пищевые добавки не являются лекарственными средствами.

Текст рекламных статей изложен таким образом, что у потребителя создается впечатление об излечении заболеваний. При этом, указание на виды (группы) заболеваний, от которых можно избавиться при применении указанных препаратов усиливает эффект того, что данные средства обладают лечебными свойствами. Усиливает данный эффект и приведение информации о длительности применения данных препаратов курсом, указание на отзывы потребителей, а также способ изложения информации путем вопроса-ответа медицинских работников.

Поскольку рассматриваемые средства (препараты) не являются лекарственными средствами, однако в рекламных статьях присутствует указание на лечебные свойства данных препаратов, рассматриваемая реклама также содержит

признаки нарушения пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В рассматриваемых рекламных статьях содержится информация, указывающая на чудодейственные свойства товара: нормализовать работу эндокринной систем; восстановить сократительную функцию кишечника и так далее., что свидетельствует о намерении рекламодателя привлечь внимание покупателей к рекламируемому товару именно как к средству, оказывающему профилактическое и лечебное воздействие.

Кроме того в рекламах содержатся утверждения о том, что применяемые средства (препараты) помогут избавиться от имеющихся заболеваний (например, «Подтекание и недержание мочи легко устраним! «Цистранол», «Зрение можно вернуть, заставив делиться клетки Мюллера! Школьник из Казахстана заткнул за пояс именитых ученых! Капли «Визория» + эликсир «Визория»).

Необходимо отметить, что каждая рекламная статья биологически активных добавок и пищевых добавок содержит конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния в результате применения таких добавок.

Таким образом, рассматриваемая реклама биологически активных добавок и пищевых добавок содержит признаки нарушения части 7 статьи 5, пункта 1, 2 части 1 статьи 25 Федерального закона «О рекламе».

Особое внимание привлекает отсутствие предупреждений о том, что объекты рекламирования не являются лекарственными средствами, что свидетельствует о наличии признаков нарушения части 1.1 статьи 25 Федерального закона «О рекламе».

Ответственность за нарушение требований, установленных пунктами 4, 6 части 5 статьи 5, части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», несет рекламодатель (часть 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе»).

Ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 1, 2 части 1, части 1.1. статьи 25 Федерального закона «О рекламе» несет как рекламодатель, так и рекламодатель (части 6, 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе»).

Рекламодателем и рекламодателем данной рекламы следует признать индивидуального предпринимателя Щ<...>

Индивидуальный предприниматель В<...> и индивидуальный предприниматель Н<...> в настоящем деле признаются заинтересованными лицами.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 24, 25 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

#### ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Возбудить производство по делу № **074/05/25-2435/2023** по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Назначить дело № **074/05/25-2435/2023** к рассмотрению **на 15.11.2023 в 11:00** по адресу: г. Челябинск, пр. Ленина, 59, каб. 330.

3. Признать лицами, участвующими в деле:

- заявитель - Управление Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Челябинской области;

- лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства – ИП Щ<...> ,

- заинтересованные лица — ИП В<...> , ИП Н<...> .

4. ИП Щ<...> . в срок **до 10.11.2023** надлежащим образом заверенные документы и сведения:

4.1) письменные пояснения по факту указания в печатном издании «ПРО ЗДОРОВЬЕ» телефонного номера 8-800-302-03-04, принадлежащего ИП Щ<...> , с приложением подтверждающих документов;

4.2) сведения об организации, осуществляющей деятельность под торговой маркой «Здравомед», с указанием организационно-правовой формы, ИНН, ОГРН, адреса места регистрации;

4.3) письменные пояснения по факту регистрации рассматриваемого печатного издания, с приложением подтверждающих документов;

4.4) информацию по факту даты выпуска данного печатного издания, с указанием тиража;

4.5) письменные пояснения с указанием категории (биологически активная добавка, пищевая добавка) следующих средств: Артепал, Микарол, Чистомикон, Биослух, Отинол, Цистранол, Декапрол, Алкозамин, Неофлекс, капли «Визория», эликсир «Визория», Детоксмастер, китайские шарики «Золотой огненный шар», Аденомен, с приложением подтверждающих документов;

4.6) копии декларации о соответствии ЕАЭС № RU Д-RU.PA01.B.88559/22 от 17.02.2022, ЕАЭС № RU Д-RU.PA02.B.79756/23 от 28.03.2023, ЕАЭС № RU Д-RU.PA03.B.89256/22 от 08.06.2022, ЕАЭС № RU Д-RU.PA03.B.53956/22 от 13.05.2022, ЕАЭС № RU Д-RU.PA02.B.79756/23 от 28.03.2023, ЕАЭС № RU Д-RU.PA01.B.58819/21 от 28.07.2021, ЕАЭС № RU Д-CN.PA01.B.41079/21 от 22.06.2021, ЕАЭС № RU Д-CN.PA08.B.77848/22 от 02.12.2022;

4.7) копии свидетельства о государственной регистрации № RU.77.99.88.003.E.003916.09.18 от 10.09.2018, ЕАЭС № RU Д-RU.HB25.B.10557/20 от 22.05.2020, № RU.77.99.11.003.E.002171.06.19 от 21.06.2019;

4.8) сведения обо всех местах (адресах г. Челябинска, иных городов) распространения данной рекламы биологических активных добавок и пищевых добавок, в том числе посредством печатных изданий «ПРО ЗДОРОВЬЕ», с приложением подтверждающих документов;

4.9) письменные пояснения по факту распространения рекламы биологических

активных добавок и пищевых добавок в печатном издании «ПРО ЗДОРОВЬЕ», с признаками нарушения пункта 1, 2 части 1 статьи 25 Федерального закон «О рекламе»;

4.10) письменные пояснения по факту отсутствия предупредительных надписей, предусмотренных ч. 1.1 статьи 25 Федерального закона «О рекламе», в рекламе биологических активных добавок и пищевых добавок в печатном издании «ПРО ЗДОРОВЬЕ»;

4.11) иные документы, имеющие значения для рассмотрения указанного вопроса.

5. ИП В<...>, ИП Н<...> в срок **до 10.11.2023** надлежащим образом заверенные документы и сведения:

5.1) письменные пояснения по факту заказа производства биологически активных добавок и пищевых добавок у ООО «Научно-производственное предприятие «Лаборатория красоты и здоровья», с приложением подтверждающих документов;

5.2) сведения о способах реализации продукции, указанной в пункте 5.1 настоящего Определения, с приложением подтверждающих документов;

5.3) сведения об организации, осуществляющей деятельность под торговой маркой «Здравомед», с указанием организационно-правовой формы, ИНН, ОГРН, адреса места регистрации;

5.4) письменные пояснения по факту регистрации рассматриваемого печатного издания, с указанием даты выпуска данного печатного издания, в том числе тиража, с приложением подтверждающих документов;

5.5) копии декларации о соответствии ЕАЭС № RU Д-RU.PA01.B.88559/22 от 17.02.2022, ЕАЭС № RU Д-RU.PA02.B.79756/23 от 28.03.2023, ЕАЭС № RU Д-RU.PA03.B.89256/22 от 08.06.2022, ЕАЭС № RU Д-RU.PA03.B.53956/22 от 13.05.2022, ЕАЭС № RU Д-RU.PA02.B.79756/23 от 28.03.2023, ЕАЭС № RU Д-RU.PA01.B.58819/21 от 28.07.2021, ЕАЭС № RU Д-CN.PA01.B.41079/21 от 22.06.2021, ЕАЭС № RU Д-CN.PA08.B.77848/22 от 02.12.2022;

5.6) копии свидетельства о государственной регистрации № RU.77.99.88.003.E.003916.09.18 от 10.09.2018, ЕАЭС № RU Д-RU.HB25.B.10557/20 от 22.05.2020, № RU.77.99.11.003.E.002171.06.19 от 21.06.2019;

5.7) сведения обо всех местах (адресах г. Челябинска, иных городов) распространения данной рекламы биологических активных добавок и пищевых добавок, в том числе посредством печатных изданий «ПРО ЗДОРОВЬЕ», с приложением подтверждающих документов;

5.8) иные документы, имеющие значения для рассмотрения указанного вопроса.

При участии в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе представителей, их полномочия должны быть оформлены доверенностью на право представления лица в антимонопольном органе.

Дополнительно сообщаем, что в целях обеспечения реализации Ваших прав на участие в рассмотрении дела путем дистанционного участия посредством видеоконференцсвязи с использованием программного обеспечения TrueConf необходимо на адрес [to74@fas.gov.ru](mailto:to74@fas.gov.ru) заблаговременно представить ходатайство об участии в данном рассмотрении.