

Исх. № АЯ-08/12 от 27.01.2021

Я, (должностное лицо) Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан, <...>, рассмотрев материалы дела в отношении ИП Щербухи Семена Геннадьевича (<...>) по факту распространения рекламы товаров в газете «Секреты здоровья» создающих впечатление лекарственных средств и содержащие ссылки на конкретные случаи излечения от заболеваний, что имеет признаки нарушения Федерального закона от 13 марта 2006 года №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»),

УСТАНОВИЛ:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (Далее - Управление) поступили обращения <...> (вх. № 15448 от 06.11.2020 г., № 15561 10.11.2020 г.) перенаправленные из Управления Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Республике Татарстан и <...> (вх. №15373 от 03.11.2020 г.) по факту распространения рекламы товаров в газете «Секреты здоровья» создающих впечатление лекарственных средств и содержащие ссылки на конкретные случаи излечения от заболеваний, что имеет признаки нарушения Федерального закона от 13 марта 2006 года №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»).

Реклама БАДов размещена в газете «Секреты здоровья» с текстом: «<...>» - полноценный комплекс для полного восстановления здоровья глаз, их функций, а также состояния сосудов головного мозга. Обладает широким спектром действия».

Согласно пункту 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 8 октября 2012 г. №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

Согласно пункту 1 части 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.

Согласно пункту 2 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.

Согласно Единому реестру свидетельств о государственной регистрации ЕАК препарат «Неозор» зарегистрирован в качестве биологически активной добавки к пище (номер свидетельства RU.77.99.88.003.E.003641.08.18).

Препарат «Пептодроп» в реестре свидетельств о государственной регистрации ЕАК и сертификатов соответствия не значится.

Согласно пункту 7 статьи 7 Закона «О рекламе» не допускается реклама товаров, на производство и (или) реализацию которых требуется получение лицензий или иных специальных разрешений, в случае отсутствия таких разрешений.

Скан рекламного материала представлен ниже:

<...>

<...>

Информация, размещенная в газете «Секреты здоровья», с текстом: «<...>», имеет признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе».

Согласно пункту 1 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Согласно пункту 29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» при рассмотрении дел о признании рекламы недостоверной необходимо исходить из следующего.

Информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

В пункте 1 статьи 3 Федерального закона от 13 марта 2006 года №38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон «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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона «О рекламе» объектом рекламирования является 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.

Учитывая правовой смысл и содержание приведенных понятий рекламы и объекта рекламирования, информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах, а также об изготовителе (продавце) такого товара, то есть объекту рекламирования в целом.

Информация, размещенная в газете «Секреты здоровья» 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; распространена посредством размещения в газете; преследует строго заданные цели информирования: продвижение на рынке, призвана формировать и поддерживать интерес к услугам и товарам, предоставляемым, производимым соответствующим рекламодателем.

Вышеуказанная реклама может вводить потребителей в заблуждение относительно преимущества рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами,

которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Номер телефона указанный в газете «Здоровье семьи» <...>, согласно ответу ПАО «Ростелеком» принадлежит ИП Щербухи Семена Геннадьевича (<...>).

Администратором сайта указанного в газете <https://zdravomed.ru/>, согласно ответу ООО «Регистратор доменных имен РЕГ.РУ» является <...> (<...>).

В соответствии с частями 6, 7 статьи 38 Закона «О рекламе» следует, что за нарушение требований, установленных статьей 25 Закона «О рекламе» несет ответственность рекламодатель, рекламораспространитель.

Рекламораспространителем является ИП Щербухи Семена Геннадьевича (<...>).

Ввиду изложенного и на основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», а также в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ОПРЕДЕЛИЛ:

Возбудить производство по делу №016/05/25-6/2021 по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5, пункта 7 статьи 7, пунктов 1, 2 части 1 статьи 25 Закона «О рекламе».

Назначить дело №016/05/25 - 6/2021 к рассмотрению на 27 января 2021 года в 15 час. 00 мин. по адресу: г. Казань, ул. Московская, д. 55, кабинет 217 (зал заседаний).

Рекламораспространителем признать ИП Щербухи Семена Геннадьевича (<...>).

ИП Щербухи С.Г. в течение пяти дней со дня получения настоящего запроса представить в Татарстанское УФАС России надлежащим образом заверенные копии следующих документов и материалов (с дублированием на электронную почту to16-<...>@fas.gov.ru) согласно следующему перечню:

учредительные документы;

свидетельство о государственной регистрации юридического лица, ИНН;

информация о сферах деятельности ИП Щербухи С.Г. с приложением подтверждающих документов;

информацию о том, на территории каких субъектов Российской Федерации распространялась вышеуказанная рекламная информация;

информация о должностном лице, ответственном за изготовление, размещение и распространение вышеуказанных рекламных материалов, с приложением копии документа удостоверяющего личность, содержащего информацию о дате рождения, место рождения, кем и когда выдан данный документ, адреса места регистрации (жительства), копии приказов о приеме на работу, должностных инструкции;

копии всех договоров на изготовление, размещение и распространение вышеуказанных рекламных материалов (рекламных проспектов), с приложением документов подтверждающих исполнение указанного договора (акт выполненных работ, счет на оплату, платежное поручение и т.д.), в том числе документы и договора, на распространение вышеуказанных рекламных материалов;

письменные пояснения по фактам, изложенным в настоящем определении;

иные документы и сведения, имеющие значение для дела, при наличии возражений – нормативное и документальное их обоснование.

В случае если какие-либо пункты не реализованы (отсутствуют), указать мотивированную причину отсутствия данных документов или сведений.

При подготовке ответа на данный запрос, просим формировать ответ по пунктно, согласно списку запрашиваемой информации, а также в сопроводительном письме необходимо указать ссылку на исходящий номер <...> указанный в левом верхнем углу первой страницы запроса.

Непредставление в установленный срок сведений по требованию антимонопольного органа, либо представление заведомо недостоверных сведений (информации) влечёт административную ответственность, предусмотренную частью 5 статьи 19.8 Кодекса российской Федерации об административных правонарушениях.

Явка лица, в чьих действиях содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, обязательна.

ВНИМАНИЕ: В целях предотвращения угрозы распространения вируса COVID-19 (коронавирус) Управление рекомендует представлять свои интересы путем направления письменных пояснений, без непосредственного присутствия (по возможности) на заседании, либо подключением к ZOOM. В случае принятия решения о явке на заседание Комиссии просим обязательно обеспечить меры предосторожности и на заседании использовать медицинскую маску (иные средства защиты).

<...>