

ИП Щербухе С.Г.

<...>

РЕШЕНИЕ

по делу № 077/05/5-15385/2022

«15» декабря 2022 года г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия Московского УФАС России, Комиссия) в составе:

председателя Комиссии: <...>,

членов Комиссии: <...>, <...>, рассмотрев дело № 077/05/5-15385/2022 по признакам нарушения ИП Щербухой С.Г. (ИНН 771596374329) пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе) при распространении в печатном издании «Секреты здоровья» рекламы капель «Визория» и эликсир «Визория», в отсутствие ИП Щербухи С.Г. (уведомлен надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 077/05/5-15385/2022 возбуждено в отношении ИП Щербухи С.Г.

(ИНН 771596374329) на основании заявления физического лица и материалов по факту распространении в печатном издании «Секреты здоровья» рекламы капель «Визория» и эликсир «Визория». Рассматриваемое издание содержит заголовок «Зрение можно вернуть, заставив делиться клетки Мюллера! Школьник из Казахстана заткнул за пояс именитый ученых! Капли «Визория» + эликсир «Визория»».

Распространение указанной рекламы подтверждается представленным печатным изделием заявителем.

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе рекламой является 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 пунктом 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.

Частью 1 статьи 5 Закона о рекламе предусмотрено, что реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с пунктом 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 профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий.

Из содержания рекламы следует, что объектом рекламирования являются следующие товары: 1) Капли «Визория» (далее — Товар 1);

2) Эликсир «Визория» (далее — Товар 2);

Рядом с изображением Товара 1 указана декларация о соответствии товара ЕАЭС N RU Д RU.PA01.B.58819/21 от 28.07.2021. Рядом с изображением Товара 2 указана декларация о соответствии товара ЕАЭС N RU Д-RU.PA01.B.88559/22 от 17.02.2022.

Федеральная служба по аккредитации (Росаккредитация) является федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции национального органа Российской Федерации по аккредитации.

Данные всех зарегистрированных деклараций соответствия ТР ТС внесены в Единый реестр Таможенного союза.

Онлайн-проверка подлинности выданных деклараций соответствия ТС находятся в открытом интернет-доступе на официальном сайте Федеральной службы по аккредитации (Росаккредитации) <https://fsa.gov.ru/> (далее - Сайт).

Согласно сведениям, размещенным на Сайте по Товару 1 декларации о соответствии товара ЕАЭС N RU Д RU.PA01.B.58819/21 с датой регистрации от 28.07.2021 не значится.

Вместе с тем, на Сайте присутствует декларации о соответствии товара ЕАЭС N RU Д RU.PA01.B.58819/21 с датой регистрации от 25.08.2021.

По рассматриваемой декларации общим наименованием продукции по Товару 1 является - Средства косметические по уходу за кожей: тоник для век «Визория», торговая марка «Созвездие Мечты».

Группа продукции по ЕАЭС - прочие косметические средства или средства для макияжа и средства ухода за кожей (кроме лекарственных), включая средства против загара или для загара.

Указанная продукция не является биологическими активными добавками к пище (БАД) и не является лекарственным средством.

Согласно сведениям, размещенным на Сайте по Товару 2 декларация о соответствии товара ЕАЭС N RU Д-RU.PA01.B.88559/22 присутствует. Общее наименование продукции - «Концентраты безалкогольных напитков (в ассортименте): "Артепал" ("Artepall"), "Визория" ("Vizoria"), "Декапрол" ("Decaprol"), "Диафрин" ("Diafrin"), "Инсунорм" ("Insunorm"), "Кардиокапс" ("Cardiocaps"), "Неофлекс" ("Neoflex"), "Пептозерц" ("Peptozerst"), "Ректалакс" ("Rectalacs"), "Фемисил" ("Femisil"), "Флексимол" ("Fleximol"), "Цистранол" ("Tsistransol)». Группа продукции по ЕАЭС - другие продукты, кроме пищевых добавок. Указанная продукция не является лекарственным средством.

Вместе с тем, в тексте по рассматриваемой рекламе присутствуют положительные отзывы граждан о результатах применения указанной в статье продукции такие как «...очень рада, что хорошее зрение ко мне вернулось!», «... обострилась глаукома и дистрофия сетчатки. Операция грозила, но после того, как я применил по 6 упаковок капель «Визория» и эликсира «Визория», операцию врач отменил!» и т. д.

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России при распространении в печатном издании «Секреты здоровья» рекламы капель «Визория» и эликсир «Визория» установлено нарушение пункта 6 части 5 статьи 5 Закона о рекламе.

Из положений частей 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе следует, что за нарушение требований, установленных пунктом 6 части 5 статьи 5 Закона о рекламе ответственность несет и рекламодатель и рекламодатель.

Согласно части 5 статьи 3 Закона о рекламе рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Таким образом рекламодателем является лицо, определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы.

В силу пункта 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Таким образом, рекламодателем является лицо, осуществляющее фактическое доведение объекта рекламирования до сведения потребителей.

В рассматриваемом издании присутствует номер телефона 8-800-302-03-04 и наименование сайта в сети интернет «www.zdravomed.ru».

Согласно ответу ПАО «Ростелеком» номер телефона 8-800-302-03-04, указанный в печатном издании, выделен на основании договора на оказание услуги интеллектуальной сети связи «Бесплатный вызов» с предоставлением интеллектуального номера в КДУ «800» от 19.12.2021 №11Ю-00019/13-084А ИП Щербухе С.Г.

Также согласно ответу ООО «Регистратор доменных имён РЕГ.РУ» домен zdravomed.ru принадлежит Щербухе С.Г.

Исходя из указанного и с учетом имеющихся документов, рекламодателем и рекламорапространителем рассматриваемой информации является ИП Щербуха С.Г. (<...>). Обратного в материалы дела не представлено.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России в действиях ИП Щербухи С.Г. установлено нарушение пункта 6 части 5 статьи 5 Закона о рекламе, выразившееся в распространении в печатном издании «Секреты здоровья» рекламы капель «Визория» и эликсир «Визория».

Согласно пункту 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 24 ноября 2020 года № 1922 (далее — Правила), при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пускай и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

Также в дело не представлено документальных доказательств невозможности продолжения распространения рассматриваемой рекламы, а равно подтвержденной информации о прекращении действия либо расторжении договоров, гражданскоправовых отношений или иных внутренних актов, на основании которых рассматриваемая реклама размещалась.

Предписание само по себе направлено на устранение нарушений, выявленных при рассмотрении конкретного дела, не является мерой ответственности стороны, исходит из выбранного уполномоченным органом способа защиты общественных отношений, исходя из положений Закона о рекламе, а также законных прав потребителей, конкурентов и иных заинтересованных лиц.

На основании изложенного Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи ИП Щербухе С.Г.

предписания о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения Закона о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42-47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать ИП Щербуху С.Г. нарушившим пункт 6 части 5 статьи 5 Закона о рекламе выразившееся в распространении в печатном издании «Секреты здоровья» рекламы капель «Визория» и эликсир «Визория».
2. Выдать ИП Щербухе С.Г. предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского УФАС России для решения вопроса о возбуждении 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

Председатель комиссии: <...>

Члены комиссии: <...>

<...>