

## РЕШЕНИЕ

по делу № 06-10.1/55-2014

25 ноября 2014 года

город Омск

Комиссия Омского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, рассмотрев дело № 06-10.1/55-2014 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения обществом с ограниченной ответственностью «Редакция газеты «Моя земля» (далее – ООО «Редакция газеты «Моя земля») рекламы, содержащей признаки нарушения требований пункта 1 части 1 и части 1.1 статьи 25; пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в присутствии директора ООО «Редакция газеты «Моя земля» (ОГРН 1025500748206, ИНН 5503044187, местонахождение: пр. Королева, 26, офис 23, г. Омск, 644012)

### УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Управлением Федеральной антимонопольной службы по Омской области выявлены факты распространения в газете «Моя земля» № 18 от 17.09.2014 и № 20 от 22.10.2014 рекламы, содержащей признаки нарушения Федерального закона «О рекламе».

1. В газете «Моя земля» № 18 от 17.09.2014 на странице 12 распространялась реклама биологически активных добавок (далее - БАД) «Инулин-топ», «ЭКОТОМега3», «Астрагал», в которой содержатся признаки нарушения требований пункта 1 части 1 и части 1.1 статьи 25 Федерального закона «О рекламе».

1.1. В соответствии с пунктом 1 части 1 статьи 25 Федерального 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.

Реклама биологически активных добавок (пищевых добавок) может быть признана создающей впечатление, что они являются лекарственными средствами, то есть обладают лечебным эффектом, если в такой рекламе содержится название заболевания (или его симптоматика) и одновременное упоминание продукта как средства, оказывающего лечебно-профилактический эффект ([пункт 23](#) Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе»).

В рассматриваемой рекламе, в частности, указано: «Во всем цивилизованном

мире растет количество людей, страдающих диабетом, избыточной массой тела, имеющих дисбактериоз и очень высокие риски развития атеросклероза, ишемической болезни сердца, остеопороза. Справиться со всеми этими проблемами вам поможет уникальный продукт – ИНУЛИН-ТОП, состоящий только из натуральных растительных веществ... Оздоровительное действие продукта ЭКОТОМега3 состоит в следующем: повышение иммунитета, профилактика сердечно-сосудистых заболеваний и снижение вероятности развития атеросклероза и ишемической болезни сердца, профилактика онкозаболеваний, нормализация холестерина обмена, укрепление стенок сосудов и капилляров, улучшение зрения, снижение кровяного давления, профилактика заболеваний предстательной железы у мужчин и мастопатии у женщин, замедление процессов старения организма, улучшение состояния здоровья кожи... В Центре технологии восстановления здоровья можно приобрести биологически активную добавку к пище АСТРАГАЛ... Прием Астрагала помогает в профилактике инфарктов, инсультов и др. заболеваний, сохраняет тонус кожи, поддерживает работу сердца, состояние сосудов, суставов, позвоночника».

В соответствии со [статьей 1](#) Федерального закона «О качестве и безопасности пищевых продуктов» БАД не могут использоваться для лечения и профилактики каких-либо заболеваний, тогда как анализ содержания указанной рекламы позволяет сделать вывод о том, что реклама создает впечатление о лечебных свойствах БАД и входящих в их состав компонентов, их применении в медицинских целях для профилактики и лечения заболеваний.

1.2. В соответствии с частью 1.1 статьи 25 Федерального закона «О рекламе» 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).

В указанной рекламе БАД, распространенной в газете «Моя земля» № 18, необходимое предупреждение отсутствовало.

2. В газете «Моя земля» № 20 от 22.10.2014 на странице 10 размещена статья «Доступные средства для красоты» с рекламой продуктов из сапропеля, в которой содержатся признаки нарушения требований пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В указанной статье говорится о терапевтических свойствах лечебной грязи – сапропеля, о продуктах, изготовленных из него, о лечебно-косметическом воздействии сапропеля: «...Традиционная процедура профессиональной санаторно-курортной и салонной косметологии, основанная на терапевтических свойствах лечебной грязи – сапропеля. Лечебная сапропелевая грязь благодаря своей природной биологической активности оказывает лечебно-косметическое воздействие на мягкие ткани лица, способствует улучшению метаболизма, обменно-трофических процессов, более быстрому заживлению мелких травм мягких тканей... Средство для волос стимулирует физиологическое

восстановление клеток луковиц волос, укрепляет корни, поддерживает здоровье ВОЛОС...».

В соответствии с пунктом 6 части 5 статьи 5 Федерального 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.

Поскольку рекламируемая продукция не является лекарственным средством, то исключена возможность указания в рекламе этой продукции на её лечебные свойства.

Анализ содержания рекламной статьи «Доступные средства для красоты» позволяет сделать вывод о том, что внимание потребителей направлено на привлечение внимания к рекламируемому продукту (сапропелю) именно как к средству, оказывающему лечебное воздействие.

По определению (пункт 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В силу частей 6 и 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 6 части 5 статьи 5, статьей 25 Федерального закона «О рекламе», несут рекламодатель и рекламодателем и рекламодателем.

Согласно выходным данным, учредителем и издателем газеты «Моя земля» является ООО «Редакция газеты «Моя земля», которое по определению (пункт 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») является рекламодателем, т.е. лицом, осуществляющим распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Таким образом, рассмотрев материалы дела, заслушав объяснения главного редактора газеты «Моя земля», Комиссия Омского УФАС России установила факт нарушения ООО «Редакция газеты «Моя земля» пункта 1 части 1 и части 1.1 статьи 25; пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Учитывая вышеизложенное, руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37 - 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу биологически активных добавок «Инулин-топ», «ЭКОТОМега3», «Астрагал» и продуктов из сапропеля, распространенную ООО «Редакция газеты «Моя земля» в газете «Моя земля» № 18 от 17.09.2014 и № 20 от 22.10.2014, ненадлежащей, поскольку при ее распространении были нарушены требования пункта 1 части 1 и части 1.1 статьи 25; пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ООО «Редакция газеты «Моя земля» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Омского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении по части 1 и части 5 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 25 ноября 2014 года.

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

## ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе

по делу № 06-10.1/55-2014

25 ноября 2014 года

г. Омск

Комиссия Омского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, на основании своего решения от 25.11.2014 по делу № 06-10.1/55-2014 о признании ненадлежащей рекламы биологически активных добавок «Инулин-топ», «ЭКОТОМега3», «Астрагал» и продуктов из сапропеля, распространенной ООО «Редакция газеты «Моя земля» в газете «Моя земля» № 18 от 17.09.2014 и № 20 от 22.10.2014, нарушающей требования пункта 1 части 1 и части 1.1 статьи 25; пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, пунктом 3.56.1. Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

## ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ООО «Редакция газеты «Моя земля» (ОГРН 1025500748206, ИНН 5503044187, местонахождение: пр. Королева, 26, офис 23, г. Омск, 644012) в срок до 10 декабря 2014 года прекратить нарушения требований Федерального закона «О рекламе»:

- пункта 1 части 1 и части 1.1 статьи 25 Федерального закона «О рекламе», а именно: реклама биологически активных добавок «Инулин-топ», «ЭКОТОМега3»,

«Астрагал» не должна создавать впечатление о том, что они являются лекарственными средствами и (или) обладают лечебными свойствами, и в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством.

- пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», а именно: в рекламе продуктов из сапропеля не допускать указания на лечебные свойства объектов рекламирования.

2. ООО «Редакция газеты «Моя земля» представить в Омское УФАС России доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания в срок до 11 декабря 2014 года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Омское УФАС России вправе в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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