

РЕШЕНИЕ

по делу № 055/05/25-292/2019

24 мая 2019
город Омск

Резолютивная часть решения объявлена 14 мая 2019 года

Полный текст решения изготовлен 24 мая 2019 года

Комиссия Омского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе: председатель Комиссии – <...>., врио заместителя руководителя Омского УФАС России, члены Комиссии: <...> ведущий специалист-эксперт отдела рекламы, <...>. - ведущий специалист-эксперт отдела рекламы, рассмотрев дело № 055/05/25-292/2019, возбужденное в отношении индивидуального предпринимателя <...> (ИНН <...>, ОГРНИИП <...>) (далее – ИП <..> по признакам нарушения пункта 6 части 5 статьи 5, пунктов 1-3 части 1 статьи 25 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе») по факту распространения рекламы биологически активных добавок в печатном издании «Вестник здоровья» по почтовым ящикам многоквартирных домов города Омска в отсутствие ИП <...>., надлежащим образом уведомленного о дате и месте рассмотрения дела (извещение № 64497326970564, получено 26.04.2019)

УСТАНОВИЛА:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее – Омское УФАС России) проведен мониторинг рекламы, распространенной в печатных изданиях, в ходе которого в почтовых ящиках многоквартирных жилых домов города Омска обнаружена газета: «Вестник здоровья», содержащая рекламу биологически активных добавок: «Хрусталекс+Зоревит», капсулы «Виакапс», капсулы «Миосерд», «Кедросан», Антикреп», «Фемилонг», «Оптика+Триколор», «Идеалекс», «Артролакс», «Фитоксин», «Эректовит», «Лородекс» с информацией о проведении выставок-продаж следующего содержания: «Ждем вас на наших выставках-продажах, где вы также сможете получить бесплатную подробную консультацию по применению оздоровительных препаратов...». В указанной рекламе содержатся признаки нарушения пункта 6 части 5 статьи 5; пунктов 1, 2, 3 части 1 статьи 25 Федерального закона «О рекламе». Омским УФАС России были сделаны запросы руководителям учреждений, указанных в вышеуказанных газетах. По информации, представленной на основании запросов установлено, что выставки-продажи биологически активных добавок, поименованных в газете «Вестник здоровья», проводились на основании договоров оказания услуг, заключенных с индивидуальным предпринимателем <...>). Определением от 15.04.2019 Омским УФАС России возбуждено дело о нарушении законодательства о рекламе № 055/05/25-292/2019 по признакам нарушения пункта 6 части 5 статьи 5, пунктов 1, 2, 3 части 1 статьи 25 Федерального закона «О рекламе» ИП <...> в ходе рассмотрения дела письменные пояснения и документы не представил, на заседание комиссии по рассмотрению дела не явился, надлежащим образом извещен о дате, времени и месте рассмотрения дела. Комиссия Омского УФАС России, рассмотрев полученные материалы и документы, приходит к выводу о нарушении законодательства о рекламе при

распространении рассматриваемой рекламы на основании следующего. В соответствии со статьей 3 Федерального 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. Под объектом рекламирования понимают 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 (статья 3 Федерального закона «О рекламе»). Из содержания текста рекламной информации следует, что объектом рекламирования являются товары (различные средства), в том числе следующие: «Фитоксин», капли «Окапин», эликсир «Диабетнорм», эликсир «Идеалекс», сироп «Лигаста», ушные капли «Лородекс», сироп «Кардиплюс», «Эректовит», «Хондрофит», капсулы «Виакапс» и другие. Указанные в рекламе препараты не являются лекарственными средствами, о чем свидетельствует в том числе информация, указанная в рекламе. Так, например, в рекламе указано: «Ждем вас на наших выставках-продажах, где вы также сможете получить бесплатную подробную консультацию по применению оздоровительных препаратов». Проанализировав содержание спорной информации, способы её размещения и распространения, Комиссия приходит к выводу, что указанная информация по своему содержанию и целевой направленности является рекламой, так как адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования, формирование или поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке. В соответствии с пунктом 2.1 СанПиН 2.3.2.1290-03 «Гигиенические требования к организации производства и оборота биологически активных добавок к пище (БАД)», утвержденных Главным государственным санитарным врачом Российской Федерации 17.04.2003, биологически активная добавка используется как дополнительный источник пищевых и биологически активных веществ, для оптимизации углеводного, жирового, белкового, витаминного и других видов обмена веществ при различных функциональных состояниях, для нормализации и (или) улучшения функционального состояния органов и систем организма человека, в том числе как продукт, оказывающий общеукрепляющее, мягкое мочегонное, тонизирующее, успокаивающее и иные виды действия при различных функциональных состояниях, для снижения риска заболеваний, а также для нормализации микрофлоры желудочно-кишечного тракта, в качестве энтеросорбентов. Согласно статье 1 Федерального закона от 02.01.2000 № 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов» (далее – Федеральный закон о качестве и безопасности пищевых продуктов) биологически активные добавки - это природные (идентичные природным) биологически активные вещества, предназначенные для употребления одновременно с пищей или введения в состав пищевых продуктов; пищевые добавки - природные или искусственные вещества и их соединения, специально вводимые в пищевые продукты в процессе их изготовления в целях придания пищевым продуктам определенных свойств и (или) сохранения качества пищевых продуктов. Частью 10 Закона о качестве и безопасности пищевых продуктов определено, что отдельные виды впервые изготавливаемых и предназначенных для реализации на территории Российской Федерации или впервые ввозимых на территорию Российской Федерации и предназначенных для реализации на территории Российской Федерации пищевых

продуктов, материалов и изделий подлежат государственной регистрации. Государственная регистрация пищевых продуктов, материалов и изделий включает в себя: - экспертизу документов, которые представляются изготовителем, поставщиком пищевых продуктов, материалов и изделий и подтверждают их соответствие требованиям нормативных документов, условий изготовления или поставок пищевых продуктов, материалов и изделий, а также результатов проводимых в случае необходимости их испытаний; - внесение пищевых продуктов, материалов и изделий и их изготовителей, поставщиков в Государственный реестр пищевых продуктов, материалов и изделий, разрешенных для изготовления на территории Российской Федерации или ввоза на территорию Российской Федерации и реализации; - выдачу заявителям свидетельств о государственной регистрации пищевых продуктов, материалов и изделий, дающих право на их изготовление на территории Российской Федерации или ввоз на территорию Российской Федерации и оборот. Государственная регистрация отдельных видов пищевых продуктов, материалов и изделий осуществляется уполномоченными федеральными органами исполнительной власти в порядке, установленном Правительством Российской Федерации. В соответствии с реестром свидетельств о регистрации расположенном на сайте <http://www.fr.crc.ru>, биологически активными добавками к пище являются следующие препараты, указанные в рекламе: биологически активная добавка к пище Капсулы «Виакапс» имеет свидетельство о государственной регистрации серии RU.77.99.88.003.E.001887.04.17 от 19.04.2017, «Хондрофит» имеет свидетельство о государственной регистрации серии RU.77.99.11.003.E.003903.09.17 от 05.09.2017, биологически активная добавка к пище «Эликсир «Фитоксин» имеет свидетельство о государственной регистрации RU.77.99.11.003.E.004212.09.18 от 24.09.2018, биологически активная добавка к пище «Капсулы Артролак» имеет свидетельство о государственной регистрации RU.77.99.88.003.E.003550.08.18 от 15.08.2018, биологически активная добавка к пище «Идеалекс» имеет свидетельство о государственной регистрации серии RU.77.99.11.003.E.005384.12.18 от 04.12.2018. Таким образом, многие из представленных в рекламе препаратов являются биологически активными добавками. В силу пункта 6 части 5 статьи 5 Закона 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. Кроме того, согласно пункту 1 части 1 статьи 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 пункту 23 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» при применении норм статьи 25 Закона о рекламе 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. Рассматриваемая реклама создает впечатление о том, что биологически активные добавки обладают лечебными свойствами, на что указывают приведенные названия заболеваний, например: «аденома», «простатит», «панкреатит», «конъюнктивит», «воспаление зрительного нерва», «блефарит», «миопический хориоренитинит», «сахарный диабет», «пиелонефрит», «цистит», «радикулит»,

«невралгия», «артрит», «артроз», «паралич», «отит», «воспаление слуховой трубы», «псориаз» и многие другие. Так, например, соответствии с Международной классификацией болезней МКБ-10 к группе D29 Доброкачественное новообразование мужских половых органов относится аденома предстательной железы (D29.1), к группе 61 отнесены Злокачественное новообразование предстательной железы, к группе K8 - Острый панкреатит, к группе N01.0 - Блефарит, к группе N34 - Уретрит и уретральный синдром, миома: матки (тела) (шейки) D25.9, при беременности или родах O34.1, предстательной железы N40, гельминтоз (B65-B83), к группе N60 отнесен Наружный отит, Конъюнктивит и другие болезни конъюнктивы (H10-H13), Остеохондроз (M93.9), псориаз L40.9, себорейный дерматит и иные. Кроме того, в рассматриваемой рекламе неоднократно используются слова и предложения, указывающие на то, что рекламируемые препараты обладают лечебными свойствами, например: капсулы «Артролакс» суставы и позвоночник в полном порядке, капсулы «Виакапс» избавьтесь от аденомы, простатита, потенции и другие. Таким образом, рассматриваемая реклама, размещенная в газете «Вестник здоровья», нарушает требования пункта 6 части 5 статьи 5, пункта 1 части 1 статьи 25 Закона о рекламе. Кроме того, в соответствии с пунктами 2, 3 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, содержать выражение благодарности физическими лицами в связи с применением таких добавок. При рассмотрении материалов установлено, что в рекламе содержатся многочисленные истории излечения людей, в том числе выражение благодарности после использования препаратов. Например: отзыв Юрченко Леонида Ивановича «...Врачи выписали мне пилюли, которые не помогли, и я решил попробовать ваш «Виакапс», принял 2 упаковки. После приема боли прекратились, мочеиспускание наладилось, а потом заметил, что крови в моче не стало!.....», отзыв Родина Анны Алексеевны «В 2015 и в 2017 годах папе сделали две операции по замене коленных суставов и все, как будто было хорошо. Но спустя полгода наступило резкое ухудшение.... Суставы становились красными, отекали, и невероятная боль распространялась по ногам... Коллега посоветовал ваши капли «Артролакс». После 6 упаковок папа постепенно встал на ноги.... Доктора, несколько раз обследовав его, коксартроза и остеопароза не нашли и очень этим удивлены», и многих других. Следовательно, рассматриваемая реклама нарушает также требования пунктов 2, 3 части 1 статьи 25 Закона о рекламе. В силу части 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение пункта 6 части 5 статьи 5, а также за нарушение статьи 25 несет как рекламодатель, так и рекламораспространитель. В ходе рассмотрения данных материалов Омским УФАС России установлено, что выставки-продажи биологически активных препаратов в городе Омске проводились ИП <..>, что подтверждается договором оказания услуг от 07.12.2018, заключенным между ИП <..> и ИП <...> договором № 51 на оказание услуг от 06.12.2018, заключенным между БУК города Омска «Дворец культуры «Железнодорожник» и ИП <..> Таким образом рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ИП <..>, и он должен соблюдать требования пункта 6 части 5 статьи 5, пунктов 1, 2, 3 части 1 статьи 25 Закона о рекламе. Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. В материалах дела отсутствуют документальные доказательства, отражающие факт устранения ИП <..> нарушения

законодательства о рекламе. На основании указанного, Комиссия Омского УФАС России, считает, что в данном случае имеются основания для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе ИП <...> Руководствуясь частью 2 пункта 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 ненадлежащей рекламу биологически активных добавок: «Хрусталекс+Зоревит», капсулы «Виакэпс», капсулы «Миосерд», «Кедросан», Антикреп», «Фемилонг», «Оптика+Триколор», «Идеалекс», «Артролакс», «Фитоксин», «Эректовит», «Лородекс», распространяемую по почтовым ящикам многоквартирных жилых домов города Омска в печатном издании «Вестник здоровья», содержащую информацию о проведении выставок – продаж, поскольку в ней нарушены требования пункта 6 части 5 статьи 5, пунктов 1, 2, 3 части 1 статьи 25 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 – ФЗ «О рекламе».
2. Выдать ИП <...> 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 в соответствии со статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 24 мая 2019 года.

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

Председатель Комиссии _____ <...>

Члены Комиссии: _____ <...> _____ <...>