РЕШЕНИЕ

по делу №70 о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

4 сентября 2012 года

г. Ставрополь

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Ставропольскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Сапунов Д.Н. – председатель Комиссии, заместитель руководителя управления;

Жуков И.А. - член Комиссии, главный специалист-эксперт отдела контроля за соблюдением рекламного законодательства и пресечения недобросовестной конкуренции;

Маскаева Н.В. - член Комиссии, государственный инспектор отдела контроля за соблюдением рекламного законодательства и пресечения недобросовестной конкуренции,

рассмотрев дело №70 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, по факту, указывающему на наличие в действиях ИП <***> признаков нарушения пункта 2 части 3 статьи 5, пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38 - ФЗ «О рекламе»,

в отсутствии ИП <***>. ИП <***> надлежащим образом уведомлен о времени и месте рассмотрения дела №70 (почтовое уведомление №35500353067904).,

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного контроля за рекламной деятельностью хозяйствующих субъектов было выявлено нарушение законодательства о рекламе.

24.05.2012 из Управления Роспотребнадзора по Ставропольскому краю в адрес Ставропольского УФАС России поступило письмо, касающееся распространения рекламы продукции ИП <***> на сайте www.aromafito.ru.

Согласно данному заявлению, в рекламе ИП <***> указывается на лечебные и профилактические свойства напитков «Леди-А», «Гипотон». Однако согласно декларациям о соответствии, напиткам «Леди-А», «Гипотон» присвоен код ОКП 91 8582 (смеси сухого растительного сырья для приготовления безалкогольных напитков).

Рекламодателем данной рекламы является ИП <***>.

Ставропольским УФАС России было установлено, что 08.06.2012 на сайте www.aromafito.ru была размещена реклама продукции ИП <***>, в том числе напитков «Леди-А», «Гипотон».

В текстах рекламы напитков «Леди-А», «Гипотон» перечисляются различные заболевания при одновременном упоминании данной продукции как средств, оказывающих лечебно-профилактический эффект.

В частности, в рекламе напитка «Леди-А» указывается: «Пряноароматический женский травяной напиток из отборного природного сырья с противовоспалительными, антисептическими и антиоксидантными свойствами. Способствует очищению крови, лимфы, слизистых оболочек, нормализации гормонального баланса и функций мочевыделительной системы. Оказывает эффективную помощь в комплексной терапии различных воспалительных процессов, в том числе и инфекционной природы, также при консервативном лечении мелких кист, полипов, миом, эндометриоза, эрозий и мастопатии…». В рекламе напитка «Гипотон» указывается: «Предназначен для профилактики и поддерживающей терапии артериальной гипертонии на двух начальных стадиях. Он улучшает обмен веществ, оказывает мягкое гипотензивное, спазмолитическое и успокаивающие действие…».

Аналогичная информация имеется и в рекламе других напитках, изготавливаемых ИП <***>.

Это свидетельствует о намерении ИП <***> привлечь внимание покупателей к рекламируемому товару именно как к средствам, оказывающим профилактическое и лечебное воздействие.

В соответствии со статьей 4 Федерального закона от 22.06.1998 N86-ФЗ «О лекарственных средствах», лекарственные средства - это вещества, применяемые для профилактики, диагностики, лечения болезни, предотвращения беременности, полученные из крови, плазмы крови, а также органов, тканей человека или животного, растений, минералов, методами синтеза или с применением биологических технологий. К лекарственным средствам относятся также вещества растительного, животного или синтетического происхождения, обладающие фармакологической активностью и предназначенные для производства и изготовления лекарственных средств (фармацевтические субстанции).

Согласно статье 19 Федерального закона от 22.06.1998 N86-ФЗ «О лекарственных средствах», лекарственные средства могут производиться, продаваться и применяться на территории Российской Федерации, если они зарегистрированы федеральным органом исполнительной власти, в компетенцию которого входит осуществление государственного контроля и надзора в сфере обращения лекарственных средств.

Приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 30.10.2006 №736 утвержден Административный регламент Федеральной службы по надзору в сфере здравоохранения и социального развития по исполнению государственной функции по государственной регистрации лекарственных средств.

В соответствии с этим регламентом документом, подтверждающим факт государственной регистрации лекарственного средства, является регистрационное удостоверение.

Между тем установлено, что продукция «Леди-А», «Гипотон», «Фаворит», «Универсальный», «Антиокс», «Лосасол», «Лаванда», «Простаден», «Диаб», «Силуэт», «Леди-К», «Грация», «Гармония», «Стрессони», «Аэлита», «Бронхолит», «Эхинацея», «Остеон», «Диалюкс», «Эффект», «Релакс», «Артипол» зарегистрирована в качестве - смеси сухого растительного сырья для приготовления напитков (сертификат

соответствия №РОСС RU.АЯ99.Н03645).

Как лекарственные средства вышеуказанная продукция не зарегистрирована, то есть лекарственными средствами не является, что исключает возможность указания в рекламе этой продукции на ее лечебные свойства, в том числе профилактические.

Таким образом, в рекламе продукции ИП <***>, распространяемой предпринимателем, содержатся не соответствующие действительности сведения о потребительских свойствах товара, что является нарушением пункта 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, а также указание на его лечебные и профилактические свойства, что не допускается в силу пункта 6 части 5 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии с пунктом 2 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38 - ФЗ «О рекламе», недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его назначении, потребительских свойствах.

В соответствии с пунктом 6 части 5 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38 - ФЗ «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 лечения, изделий медицинского назначения и медицинской техники.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 2 части 3 статьи 5, пунктом 6 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», несет рекламодатель.

29.08.2012 в адрес Ставропольского УФАС России поступили письменные объяснения ИП <***> по факту нарушения рекламного законодательства (вх. №05/1624э от 29.08.2012).

ИП <***> указывает, что признает факт нарушения пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Нарушение пункта 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» ИП <***> не признал. Указывает, что признать обвинение по этому пункту означает отменить подтвержденные официальной медициной целебные свойства растений, травяные напитки изготовленные из этих растений признать бесполезными.

С указанным доводом ИП <***> нельзя согласиться по следующим основаниям.

Описание в тексте рекламных статей влияния компонентов смесей сухого растительного сырья для приготовления напитков на организм человека, является описанием влияния самих смесей, поскольку употребить отдельно компоненты смесей невозможно.

Целебные свойства смесей сухого растительного сырья для приготовления напитков ИП <***> официальной медициной не подтверждены, что исключает возможность на указание таких свойств смесей в рекламе.

Таким образом, ИП <***> допущено нарушение пункта 2 части 3 статьи 5, пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38 – ФЗ «О рекламе».

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:

Признать ИП <***>, нарушившего требования пункта 2 части 3 статьи 5, пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38 – ФЗ «О рекламе».

Выдать ИП <***> предписание о прекращении нарушения пункта 2 части 3 статьи 5, пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38 – ФЗ «О рекламе».

Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Ставропольского УФАС России для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 10.09.2012. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.