ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о наложении штрафа по делу № 4-14.3-1747/00-08-16

об административном правонарушении

«15» декабря 2016 г. г. Москва

Заместитель руководителя Федеральной антимонопольной службы Кашеваров А.Б., рассмотрев протокол и материалы дела № 4-14.3-1747/00-08-16 об административном правонарушении, возбужденного в отношении ЗАО «Эвалар» (адрес:ул. Социалистическая, 23/6, г. Бийск, 659332, ОГРН 1022200553760, ИНН 2227000087, КПП 220401001, дата регистрации: 22.07.2002),

УСТАНОВИЛ:

В антимонопольные органы поступили обращения граждан с претензиями к рекламе линейки препаратов «ЦИ-КЛИМ» (лекарственное средство «ЦИ-КЛИМ», БАД «ЦИ-КЛИМ витамины для женщин 45+», БАД «ЦИ-КЛИМ Аланин»), распространявшейся в газете «Комсомольская правда» (15-22 июня 2016 24-т (26542-т) и в журнале «Антенна-Телесемь» (№ 25, еженедельник 27 июня — 3 июля 2016) под заголовком «ЦИ-КЛИМ. Негормональная терапия при климаксе. Лекарство растительного происхождения».

Согласно регистрационному удостоверению № ЛСР-006592/09 от 18.08.2009 препарат «ЦИ-КЛИМ» зарегистрирован как лекарственный препарат.

Согласно Единому реестру свидетельств о государственной регистрации Евразийской экономической комиссии препарат «ЦИ-КЛИМ витамины для женщин 45+» зарегистрирован как биологически активная добавка к пище (БАД) (свидетельство о государственной регистрации № RU.77.99.11.003.E.011525.07.12 от 16.07.2012).

Согласно Единому реестру свидетельств о государственной регистрации Евразийской экономической комиссии препарат «ЦИ-КЛИМ Аланин» зарегистрирован как биологически активная добавка к пище (БАД) (свидетельство о государственной регистрации № RU.77.99.11.003.E.010361.06.12 от 25.06.2012).

Производителем лекарственного средства «ЦИ-КЛИМ», БАДа «ЦИ-КЛИМ витамины для женщин 45+», БАДа «ЦИ-КЛИМ Аланин» является ЗАО «Эвалар».

В рекламе приводятся изображения упаковки трех товаров: лекарственного средства «ЦИ-КЛИМ», БАДа «ЦИ-КЛИМ витамины для женщин 45+», БАДа «ЦИ-КЛИМ Аланин».

Изображения сопровождаются двумя блоками утверждений под подзаголовками «Достоинства негормонального лекарства ЦИ-КЛИМ» и «Устраняет симптомы климакса:». А также такими утверждениями как «Замедляет процессы старения», «ЦИ-КЛИМ — единственная линия, где есть все для гармоничной жизни и улучшения самочувствия в период климакса» и «И в 50 можно выглядеть на 35!».

При этом форма представления данной информации такова, что указанные

утверждения могут относиться как к лекарственному препарату «ЦИ-КЛИМ», так и к биологически активным добавкам «ЦИ-КЛИМ витамины для женщин 45+» и «ЦИ-КЛИМ Аланин».

Соответственно в связи с невозможностью однозначного разделения информации, относящейся к лекарственному средству, и относящейся к биологически активным добавкам, происходит смешение свойств и характеристик лекарственного препарата «ЦИ-КЛИМ» и биологически активных добавок «ЦИ-КЛИМ витамины для женщин 45+» и «ЦИ-КЛИМ Аланин».

Согласно пункту 23 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» при применении пункта 1 части 1 статьи 25 Закона о рекламе судам 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.

Согласно Международной классификации болезней Всемирной Организации Здравоохранения (сайт http://www.mkb10.ru/) «менопауза и климактерическое состояние у женщины» как заболевание включены в классификатор МКБ10 с кодом локализации N95.1, класс «Болезни мочеполовой системы», блок «Невоспалительные болезни женских половых органов».

Следовательно реклама биологически активных добавок «ЦИ-КЛИМ витамины для женщин 45+» и «ЦИ-КЛИМ Аланин» создает впечатление о том, что они являются лекарственными средствами, обладают лечебными свойствами и могут применяться в лечении менопаузы и климактерического состояния у женщины.

Согласно пункту 1 части 1 статьи 25 Федерального закона «О рекламе» реклама биологически активных добавок не должна создавать впечатление о том, что они являются лекарственными средствами и (или) обладают лечебными свойствами.

Утверждения «Замедляет процессы старения» и «И в 50 можно выглядеть на 35!» дают основание полагать, что рекламируемый лекарственный препарат «ЦИ-КЛИМ» обладает способностью замедлять процессы старения, в том числе влияющие на внешний вид женщины (состояние кожи, волос и т. п.).

Согласно инструкции по применению лекарственного препарата «ЦИ-КЛИМ» (ЛСР-006592/09 от 18.08.2009) показанием к применению препарата являются вегето-сосудистые и психоэмоциональные расстройства в пре-, мено- и постменопаузе («приливы», повышенная потливость, нарушение сна, повышенная нервная возбудимость, изменение настроения, апатия и др.). Расстройства, связанные со снижением уровня эстрогенов в период менопаузы. Фармакологические свойства: ЦИ-КЛИМ обладает эстрогеноподобным эффектом, проявляет седативные свойства, оказывает положительное терапевтическое воздействие на вегетативную нервную систему. ЦИ-КЛИМ снижает уровни ФСГ и ЛГ, повышает уровень эстрадиола, что ведет к устранению ранних климактерических расстройств (психоэмоциональные и вегето-сосудистые нарушения) и отсроченных климактерических расстройств, связанных с пониженным уровнем

эстрогенов.

Таким образом, в инструкции по применению лекарственного препарата «ЦИ-КЛИМ» отсутствует такое свойство препарата как замедление процессов старения.

Согласно части 6 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» сообщение в рекламе о свойствах и характеристиках, в том числе о способах применения и использования, лекарственных препаратов и медицинских изделий допускается только в пределах показаний, содержащихся в утвержденных в установленном порядке инструкциях по применению и использованию таких объектов рекламирования.

В рекламе лекарственного препарата «ЦИ-КЛИМ», размещенной в газете «Комсомольская правда» (15-22 июня 2016 24-т (26542-т) и в журнале «Антенна» (№ 25, еженедельник 27 июня — 3 июля 2016) под заголовком «ЦИ-КЛИМ. Негормональная терапия при климаксе. Лекарство растительного происхождения», сообщается о потребительских свойствах препарата за пределами показаний, указанных в его инструкции.

Соответственно данная реклама нарушает часть 6 статьи 24 и пункт 1 части 1 статьи 25 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных статьями 24, 25 Федерального закона «О рекламе».

Рекламодателем указанной рекламы является ЗАО «Эвалар» (адрес:ул. Социалистическая, 23/6, г. Бийск, 659332, ОГРН 1022200553760, ИНН 2227000087, КПП 220401001, дата регистрации: 22.07.2002).

В соответствии с частью 5 статьи 14.3 Кодекса об административных правонарушениях Российской Федерации нарушение установленных законодательством о рекламе требований к рекламе лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, в том числе методов лечения, а также биологически активных добавок влечет наложение административного штрафа на юридических лиц от двухсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

ЗАО «Эвалар» имело возможность для соблюдения требований законодательства Российской Федерации о рекламе, однако Обществом не были приняты меры по соблюдению его требований.

Таким образом, установлена вина ЗАО «Эвалар» в нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе при распространении рекламы лекарственного препарата «ЦИ-КЛИМ», биологически активных добавок «ЦИ-КЛИМ витамины для женщин 45+» и «ЦИ-КЛИМ Аланин», распространявшейся в в газете «Комсомольская правда» (15-22 июня 2016 24-т (26542-т) и в журнале «Антенна-Телесемь» (№ 25, еженедельник 27 июня — 3 июля 2016).

Руководствуясь частью 6 статьи 24, пунктом 1 части 1 статьи 25, частью 6 статьи 38 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», частью 5 статьи 14.3

Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

ПОСТАНОВИЛ:

1. Применить к ЗАО «Эвалар» меры административной ответственности в виде штрафа за нарушение законодательства о рекламе в размере 200 000 рублей.

-
  -
    - Сумму штрафа надлежит уплатить по следующим реквизитам:

Получатель: УФК по г. Москве (Федеральная антимонопольная служба л/с 04731001610)

Банк получателя: Операционный департамент Банка России г. Москва 705

ИНН 7703516539

КПП 770301001

БИК 044583001

р/с 40101810800000010041

КБК 161 1 16 26000 01 6000 140

ОКТМО 45380000

Согласно пункту 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлечённым к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В трёхдневный срок со дня уплаты штрафа просьба представить в Федеральную антимонопольную службу надлежащим образом заверенные копии платёжных документов (по электронной почте sirazutdinova@fas.gov.ru, delo@ fas.gov.ru).

В соответствии с пунктом 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления. Жалоба на постановление по делу об административном правонарушении подается вышестоящему должностному лицу либо в суд в порядке, предусмотренном главой 30 КоАП РФ.

А.Б. Кашеваров