

РЕШЕНИЕ

25 апреля 2014 года

г. Пенза, ул. Урицкого, 127

Резолютивная часть решения объявлена 22 апреля 2014 года.

Комиссия Пензенского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии:

<...> – заместитель руководителя управления.

Члены Комиссии:

<...> - главный специалист-эксперт отдела контроля закупок, органов власти и рекламы,

<...> - ведущий специалист-эксперт отдела контроля закупок, органов власти и рекламы,

рассмотрев дело № 3-01/11-2014 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, возбужденное в отношении индивидуального предпринимателя <...> (<...>; ИНН <...>) по факту распространения в газете «Наш город Пенза» от 15.01.2014 № 03 (259) стр. 4 рекламы «Копринус: эффективный, народный способ одолеть «зеленого змия», содержащей признаки нарушения пункт 2 части 3 статьи 5; пункт 6 части 5 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе (далее – ФЗ «О рекламе»»,

- в присутствии заинтересованного лица: представитель индивидуального предпринимателя Б<...>. – <...> по доверенности от 05.09.2012 № 58АА0358973,

в отсутствие лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – индивидуального предпринимателя Р<...>

УСТАНОВИЛА:

В Пензенское УФАС России поступило обращение гражданина (вх. от 27.01.2014 № 251) по поводу распространения в газете «Наш город Пенза» рекламы «Копринус» с нарушением законодательства о рекламе.

Пензенским УФАС России определением от 05.03.2014 по факту распространения рекламы «Копринус», размещенной в газете «Наш город Пенза», возбуждено дело № 3-01/11-2014 по признакам нарушения пункта 2 части 3 статьи 5; пункта 6 части 5 статьи 5 «О рекламе». Рассмотрение дела назначено на 22.04.2014. К участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечен индивидуальный предприниматель Р<...>

На рассмотрение дела 22.04.2014 ИП Р<...> не явилась (документы, направляемые по трем адресам ИП Р<...>, возвращались в Пензенское УФАС России с пометкой: «истек срок хранения»).

Пензенское УФАС России предприняло все меры для установления и обеспечения

надлежащего уведомления ИП Р<...>.

С учетом вышеизложенного, Комиссия Пензенского УФАС России сочла возможным рассмотреть дело в отсутствие ИП Р<...>.

На рассмотрении дела № 3-01/11-2014 представитель ИП Б<...>. сообщил, что статья «Копринус: эффективный, народный способ одолеть «зеленого змия» была опубликована в газете на основании договора от 17.09.2012 № 112, заключенного с индивидуальным предпринимателем Р<...>. Согласился с тем, что в рекламе допущено нарушение законодательства о рекламе.

Изучив представленные документы, Комиссия пришла к следующему выводу:

В газете «Наш город Пенза» от 15.01.2014 № 03 (259) стр. 4 размещена статья «Копринус: эффективный, народный способ одолеть «зеленого змия» с информацией: «...После продолжительного приема Копринуса у людей, страдающих алкоголизмом, неприятная реакция на алкоголь возникает и без приема гриба. Таким образом, формируется отвращение к алкоголю. Предлагаемый нами гриб копринус (порошкообразный) прошел строжайший радиологический токсикологический контроль и обладает сертификатами соответствия РФ...Выставка – Презентация состоится в г. Пензе только 25 и 31 января 2014 г. 11.00 – 12.00 в ДК им. Дзержинского (ул. Октябрьская, 2)».

Указанная реклама сопровождается предупреждением: «БАД, не является лекарством. Перед применением необходима консультация специалиста», мелким шрифтом указано: «Имеются противопоказания. Не является лекарством».

В соответствии со статьёй 3 Федерального закона «О рекламе» рекламой является информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. При этом под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Иными словами, информация, признаваемая рекламой, должна удовлетворять следующим условиям, а именно:

- предназначаться для неопределенного круга лиц;
- привлекать, формировать и поддерживать интерес к объекту рекламирования;
- способствовать продвижению объекта рекламирования (товара) на рынке.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правонарушения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования.

Информация, распространяющаяся в газете «Наш город Пенза», препарата «Копринус», содержит все необходимые юридические признаки рекламы,

позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; преследует строго заданные цели информирования: продвижение на рынке, призвана формировать и поддерживать интерес к услугам, предоставляемым соответствующим рекламодателем.

Объектом рекламирования в рекламной статье являются препараты «Копринус».

В соответствии с пунктом 2 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

Согласно пункту 6 части 5 статьи 5 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.

Комиссия, изучив рекламную статью, установила, что текст рекламного сообщения свидетельствует о намерении рекламодателя привлечь внимание покупателей к рекламируемому препарату именно как к средству лекарственного воздействия на организм человека, т.к. в рекламе содержатся указания на лечебные свойства данного препарата и улучшения состояния здоровья человека в результате применения:

- «После продолжительного приема Копринуса у людей, страдающих алкоголизмом, неприятная реакция на алкоголь возникает и без приема гриба. Таким образом, формируется отвращение к алкоголю».

Реклама содержит информацию, выполненную в виде истории одной семьи, согласно которой, человек посредством приема препарата «Копринус» избавился от алкоголизма, запоев.

Алкоголизм – заболевание, характеризующееся болезненным пристрастием к алкоголю (этиловому спирту), с психической и физической зависимостью от него.

Запойное состояние (запой) – состояние, присущее человеку, больному алкоголизмом в период резкого усиления злоупотребления алкоголем.

Таким образом, исходя из содержания рекламы, рекламируемый препарат «Копринус» обладает лечебными свойствами при таких заболеваниях, как алкоголизм.

В соответствии со статьей 4 Федерального закона от 22.06.1998 № 86-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 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 № 86-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 регистрации лекарственных средств. В соответствии с этим регламентом документом, подтверждающим факт государственной регистрации лекарственного средства, является регистрационное удостоверение.

Таким образом, закон предусматривает, что именно лекарственные средства могут применяться для профилактики, диагностики и лечения болезни.

Препарат «Копринус» отсутствует в государственном реестре лекарственных средств.

Указанное в рекламе санитарно-эпидемиологическое заключение от 03.09.2007 № 26.ПЦ.01.916.П.000249.09.07, выдано Территориальным отделом Управления Федеральной службы по защите прав потребителей и благополучия населения по Ставропольскому краю в г. Пятигорске на продукт питания – грибы сушеные и измельченные порошкообразные фасованные в ассортименте: изготовитель – ИП М<...> (Ставропольский край, г. Кисловодск, ул. <...>).

Указание в рекламе на лечебные свойства продукта питания – грибов «Копринус» свидетельствует о недостоверной рекламе относительно назначении, потребительских свойствах, об условиях применения данных пищевых продуктов, что указывает на нарушение п.2 ч.3 ст.5 ФЗ «О рекламе».

Учитывая, что рекламируемый препарат «Копринус» не является лекарственным средством, размещенная в рекламе информация о том, что он обладает лечебными свойствами при алкоголизме, противоречит требованиям п.6 ч.5 ст.5 ФЗ «О рекламе».

Реклама изделий и препаратов, терапевтические свойства которых не подтверждены соответствующими удостоверениями и свидетельствами, в качестве медицинских изделий, несет потенциальную угрозу здоровью потребителя. Суть такой угрозы сводится к тому, что взамен традиционного лечения потребители под воздействием рекламы прибегают к самостоятельному лечению на основе недостоверных сведений, полученных из рекламы о лечебных свойствах рекламируемых препаратов, что может привести к необратимым последствиям для их здоровья.

Таким образом, в рекламе «Копринус», выявлены нарушения пункта 2 части 3 статьи

5; пункта 6 части 5 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Согласно пункту 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Согласно части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частями 2-8 статьи 5 настоящего закона несет рекламодаделец.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодаделец – это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодателем вышеуказанной рекламы является индивидуальный предприниматель Р<...> (г. Пермь, ул<...>, д. <...>, оф. <...>; ИНН <...>), что подтверждается договором от 17.09.2012 № 112 с индивидуальным предпринимателем Б<...> (газета «Наш город Пенза»).

Учитывая вышеизложенное, и, основываясь на фактических обстоятельствах дела, Комиссия пришла к выводу, что индивидуальный предприниматель Романова И.Р. нарушил требования пункта 2 части 3 статьи 5; пункта 6 части 5 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, 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.

На дату принятия Комиссией решения в материалах дела отсутствуют доказательства прекращения распространения ненадлежащей рекламы в газете «Наш город Пенза».

В связи с изложенным, Комиссия приходит к выводу о необходимости выдачи ИП Р<...> предписаний о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В силу части 4 статьи 38 ФЗ «О рекламе» нарушение рекламоделами, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

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 от 17.08.2006 № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу препарата «Копринус», размещенную в газете «Наш город Пенза» от 15.01.2014 № 03 (259) стр. 4, поскольку при ее распространении нарушены требования пункта 2 части 3 статьи 5; пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать индивидуальному предпринимателю <...> (г. Пермь, ул. <...>, д. <...>, оф. <...>; ИНН <...>) предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

Решение изготовлено в полном объеме 25 апреля 2014 года.

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