

РЕШЕНИЕ

«11» января 2011 г. г. Брянск

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

<...>, рассмотрев дело № 174 в отношении индивидуального предпринимателя (ИП) <...> по факту распространения рекламы биологически активных добавок к пище (БАД) компании «Травы приморья» (настойка лапчатки белой, звездчатки обыкновенной, вытяжка мухомора, мазь болиголова), содержащей признаки нарушения Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе», в отсутствие лица (уведомленного надлежащим образом), в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе,

УСТАНОВИЛА:

Сотрудниками Брянского УФАС России в журнале «Планета женщины» в выпуске № 6 за июнь 2010г. на обложке обнаружена реклама народных средств компании «Травы приморья» (сборы лекарственных трав для лечения заболеваний щитовидной железы, настойка лапчатки белой, звездчатки обыкновенной, вытяжка мухомора, мазь болиголова).

Данная реклама содержит признаки нарушения пункта 6 части 1 статьи 5, пунктов 2, 6, 20 части 3 статьи 5, пункта 6 части 5 статьи 5, части 7 статьи 5, части 7 статьи 7, статьи 8, пункта 1 части 1 статьи 25 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ. Ненадлежащей признается реклама, в которой допущены нарушения требований к ее содержанию, времени, месту и способу распространения, установленных законодательством Российской Федерации в силу ст. 2 ФЗ «О рекламе».

Исследовав материалы дела, Комиссия пришла к выводу, что рассматриваемая реклама является ненадлежащей по следующим основаниям.

В соответствии со ст. 3 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ реклама – это 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; объект рекламирования - товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие.

Согласно представленным 04.10.2010г. ИП <...> свидетельствам о государственной регистрации рекламируемые им препараты являются биологически активными добавками. Однако данная информация не нашла подтверждение. Согласно данным Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека данные препараты не внесены в Реестр продукции, прошедшей государственную регистрацию. Указанные номера свидетельств не зарегистрированы. Под номером типографских бланков представленных свидетельств на самом деле зарегистрированы: под БАД вытяжки «Мухомора красного» - «незаменимые влажные салфетки для мальчиков (ТУ 9158-004-58289873-2006 с изм.№ 12)», под номером БАД настойка «Звездчатки» - комплексная пищевая добавка "Путен Винер комби" ("Putenwiener combi"), "Almi Ges.m.b.H. & Co KG", Hoerschinger Strasse, 1, A-4064, Offering (Австрия). Следовательно, не известно к какой категории товаров (БАД, пищевые добавки, продукты питания, косметические средства) относятся рекламируемые препараты, кто их производит, имеются ли на рекламируемые препараты сертификаты соответствия или регистрационные удостоверения. Представленные ИП <...> сведения являются недостоверными.

Согласно части 7 статьи 7 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ не допускается реклама товаров, на производство и (или) реализацию которых требуется получение лицензий или иных специальных разрешений, в случае отсутствия таких разрешений.

Приморским УФАС России в адрес Брянского УФАС были представлены данные, что компания «Травы Приморья ДВ» не зарегистрирована в качестве юридического лица, платежи за приобретаемые покупателями препараты поступают на имя <...>, зарегистрированного в качестве индивидуального предпринимателя (<...>). Лицензия на осуществление медицинской деятельности (лечение больных, подбор индивидуального курса лечения) ни ИП <...> ни компании «Травы Приморья» не выдавалась.

Согласно части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ 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 (пункт 2); об изготовителе или о продавце рекламируемого товара (пункт 20).

В ходе рассмотрения дела не нашла своего подтверждения информация о том, что производителем рекламируемых препаратов является компания «Травы Приморья», наличие у компании «Травы Приморья» свидетельств на рекламируемые препараты и сертификатов соответствия.

Таким образом, реклама не соответствует требованиям части 7 статьи 7, пунктов 2 и 20 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Далее, согласно текста рекламы настойка лапчатки белой «..снимает показатели щитовидной железы, вырабатывает недостающие гормоны для правильного функционирования щитовидной железы, обладает рассасывающим и противовоспалительным эффектами, расщепляет коллоидные узлы...», настойка звездчатки обыкновенной «...поможет справиться с жировым гепатозом, выведет излишние радионуклиды», вытяжка мухомора «... способствует рассасыванию новообразований...», мазь болиголова «... способствует быстрому заживлению ран, снимает болевой синдром, проникает в глубокие слои кожи, и тем самым обладает рассасывающим и противовоспалительным эффектами». За три месяца компания «Травы приморья» гарантирует «...справиться с заболеваниями щитовидной железы полностью, без возврата... и без ущерба здоровью...». «.. Также компания «Травы Приморья» помогает справиться с такими сложными заболеваниями как: туберкулез, красная волчанка, сахарный диабет, доброкачественные опухоли, ...псориаз, витилиго...». Изучая данный текст рекламы, создается впечатление о необходимости применения препаратов и что они обладают лечебными свойствами.

Согласно пункта 6 части 5 статьи 5 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ 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. Данные препараты не являются лекарственными средствами, медицинскими услугами, в том числе методами лечения, изделиями медицинского назначения или медицинской техникой.

Таким образом, данная реклама нарушает пункт 6 части 5 статьи 5 ФЗ № 38-ФЗ от 13 марта 2006 года «О рекламе».

В тексте рекламы указано следующее: «... если рассматривать лечения, связанные с гормональными препаратами, они только приглушают заболевание, но вылечить полностью не могут. Как только вы прекращаете прием гормонов, через 1-2 месяца заболевание возобновляется. Кроме того, гормональная терапия нарушает обмен веществ за счет чего вы набираете лишние килограммы, вот и получается: лечим одно заболевание, приобретаем дополнительные!!! Народная медицина предлагает альтернативные методы лечения коварных заболеваний без ущерба здоровью».

Согласно пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Существует множество примеров, когда люди не просто пострадали, но и погибли от бесконтрольного лечения средствами народной медицины, поэтому отрицать официальную медицину по меньшей мере некорректно.

Таким образом, данная реклама нарушает пункт 1 части 3 статьи 5 ФЗ № 38-ФЗ от 13 марта 2006 года «О рекламе».

Также согласно части 7 статьи 5 ФЗ от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Реклама не соответствует требованиям части 7 статьи 5 указанного закона, т.к. информация о товаре в действительности отлична от заявленной в рекламе, чем вводятся в заблуждение потребители.

Указанные препараты можно приобрести почтой, позвонив по телефону или заказав на официальном Интернет-сайте www.primtrava.com, т.е. дистанционным способом продажи. В свою очередь, наименование продавца и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица в рекламе не указаны.

Согласно ст. 8 ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13 марта 2006 года в рекламе товаров при дистанционном способе их продажи должны быть указаны сведения о продавце таких товаров: наименование, место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица; фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя.

Согласно ст. 497 ГК РФ договор розничной купли-продажи может быть заключен на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара посредством каталогов, проспектов, буклетов, фотоснимков, средств связи (телевизионной, почтовой, радиосвязи и других) или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления потребителя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора (дистанционный способ продажи товара).

Соответственно, продажа товаров посредством телефонной связи, почты или Интернета подпадает под понятие дистанционного способа продажи, поскольку потребитель заключает договор купли-продажи на основе ознакомления с товаром в рамках рекламного объявления и приобретает его, позвонив по телефону или отправив заявку по Интернету.

Тем самым, данная реклама не соответствует требованиям статьи 8 ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13 марта 2006 года.

Согласно статье 33 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ "О рекламе" антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный контроль за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе: предупреждает, выявляет и пресекает нарушения физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе.

В соответствии со ст. 3 указанного закона рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное лицо, определившее объект рекламирования.

Рекламодателем данной рекламы является ИП <...>, о чем имеется соответствующий договор и в его интересах распространялась данная реклама.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ "О рекламе" ответственность за нарушение пункт 1 части 3 статьи 5, пунктов 2 и 20 части 3 статьи 5, пункт 6 части 5 статьи 5, части 7 статьи 5, части 7 статьи 7, статьи 8 указанного закона несет рекламодатель.

Руководствуясь п. 1 части 2 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, размещенную в журнале «Планета женщины» в выпуске № 6 за июнь 2010г. народных средств компании «Травы приморья» (сборы лекарственных трав для лечения заболеваний щитовидной железы, настойка лапчатки белой, звездчатки обыкновенной, вытяжка мухомора, мазь болиголова), поскольку она не соответствует требованиям пункта 1 части 3 статьи 5, пунктов 2 и 20 части 3 статьи 5, пункта 6 части 5 статьи 5, части 7 статьи 5, части 7 статьи 7, статьи 8 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Возбудить дело об административном правонарушении, предусмотренное ч. 1 ст. 14.3. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ИП <...>.

4. Возбудить дело об административном правонарушении, предусмотренное ч. 6 ст. 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (представление сведений в неполном объеме и недостоверных сведений) в отношении ИП <...>.

Решение изготовлено в полном объеме "19" января 2011 г.

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

Председатель Комиссии: <...>

**ПРЕДПИСАНИЕ
О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ**

«11» января 2011 г. г. Брянск

Комиссия Брянского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:
<...>

на основании своего решения от «11» января 2011 г. по делу № 174 в отношении индивидуального предпринимателя (ИП) <...> о

признании ненадлежащей рекламы народных средств компании «Травы приморья» (сборы лекарственных трав для лечения заболеваний щитовидной железы, настойка лапчатки белой, звездчатки обыкновенной, вытяжка мухомора, мазь болиголова), не соответствующей требованиям пункта 1 части 3 статьи 5, пунктов 2 и 20 части 3 статьи 5, пункта 6 части 5 статьи 5, части 7 статьи 5, части 7 статьи 7, статьи 8 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «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,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ИП <...> в 15-дневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: привести рекламу, размещенную в журнале «Планета женщины» в выпуске № 6 за июнь 2010г. народных средств компании «Травы приморья» (сборы лекарственных трав для лечения заболеваний щитовидной железы, настойка лапчатки белой, звездчатки обыкновенной, вытяжка мухомора, мазь болиголова) в соответствие с требованиями пункта 1 части 3 статьи 5, пунктов 2 и 20 части 3 статьи 5, пункта 6 части 5 статьи 5, части 7 статьи 5, части 7 статьи 7, статьи 8 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе».

2. ИП <...> представить в Брянское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания в 30-дневный срок со дня получения настоящего предписания.

В соответствии с частью 2.4. статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях невыполнение в установленный срок законного решения, предписания федерального антимонопольного органа, его территориального органа о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе -

влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Предписание изготовлено в полном объеме «19» января 2011 г.

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

Председатель Комиссии:

<...>