

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ 57/15

Резолютивная часть решения оглашена «20» мая 2015 г

Решение в полном объеме изготовлено «03» июня 2015 г.
Новосибирск

г.

Комиссия Новосибирского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе «...»,

рассмотрев дело № 57/15, возбужденное в отношении ООО «Крона» (юридический адрес: 620072, г. Екатеринбург, ул. Сыромолотова, д. 21), по факту размещения информации о препарате «Знахарь» в рекламно-информационной газете «Ва-банкъ в Новосибирске» № 38 (696) от 01.10.2014 г., с признаками нарушения:

- п. 2 ч. 3 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон 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;

- п. 9 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе: недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об официальном или общественном признании, о получении медалей, призов, дипломов или иных наград;

- п. 11 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе: недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о результатах исследований и испытаний,

- п.6 ч. 5 ст. 5 Закона 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 профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий,

в отсутствии:

заявителя – физическое лицо «...» (не явился, уведомлен надлежащим образом),

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО «Крона» - представитель не явился (уведомлен надлежащим образом)

заинтересованного лица - ООО «ИнтерМедиаГруп Сибирь» - не явился (уведомлен надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

28.10.2014 г. в адрес Новосибирского УФАС России поступило заявление физического лица (вх. № 11728) по факту нарушения законодательства РФ о рекламе при размещении рекламы препарата «Знахарь» в СМИ – рекламно-информационной газете «Ва-банкъ в Новосибирске» № 38 от 01.10.2014 г.

Как указывает заявитель, реклама подробно описывала, как с помощью рекламируемого бальзама можно вылечить болезни суставов, артрозы, артриты, остеохондроз.

Заявитель считает, что данная реклама размещена с нарушением законодательства и вводит в заблуждение потребителей.

Комиссией Новосибирского УФАС России установлено следующее.

На стр.13 рекламно-информационной газеты «Ва-банкъ в Новосибирске» № 38 (696) от 01.10.2014 г. размещена статья: «Секрет исцеления от «Знахаря». В статье, в частности, говорится:

«...Стоит ли удивляться, что бальзам «Знахарь» помогает корректировать в организме работу всех без исключения органов и систем:

- обмен веществ, опорно-двигательный аппарат бронхи и легкие, органы выделения, пищеварения, иммунитета, сердце, сосуды, зрение, память и половую функцию, мозговую деятельность, помогает при проблемах с печенью, почками, желчным пузырем, оказывает кровоостанавливающее, тонизирующее действие, особенно на мужскую потенцию, при отравлении, общих истощениях, укрепляющее организм – кости, мускулы, слух, развивающее умственные способности, укрепляющее волю, конвульсиях с ознобом, застое крови, камнях в мочевом пузыре, при сердечно-сосудистых проблемах, отдаляющее старость, увеличивающее жизненную силу человека.

- помогает восстанавливать работы иммунной системы способствует активации сопротивляемости к вирусам, микробам, воздействию внешней среды, способствуют улучшению и нормализации семи жизненно важных систем организма: эндокринная система (гипоталамус, гипофиз, щитовидная железа, надпочечники, поджелудочная железа, яичники); пищеварительная система (желудок, пищевод, двенадцатиперстная кишка, печень, поджелудочная железа); мочевыделительная система (почки, надпочечник, мочеточник, уретра, мочевой пузырь); сердечно-сосудистая система и кровь (сосуды, вены, артерии, капилляры, сердце); нервная система (головной мозг, спинной мозг, нервные волокна и окончания); опорно-двигательная система (кости, суставы, мышечные волокна, сухожилия, связки); репродуктивная женская и мужская система (мужские и женские половые органы) ...»;

«...это чудо помогает снять стрессы, повысить иммунитет и работоспособность...»;

«...помогает восстановить силы и энергию, помогает легче переносить стрессы...»;

«Не является лекарственным средством».

Согласно определениям, данным в статье 3 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;

объект рекламирования - 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.

Рассматриваемая информация по направленности, и содержанию является рекламной. Объектом рекламирования в данном рекламном сообщении является бальзам «Знахарь».

В соответствии с п. 2 ч. 3 ст. 5 Закона 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

На запросы антимонопольного органа ООО «Крона» документов, подтверждающих достоверность заявленных в рекламе потребительских свойств бальзама «Знахарь» не представило.

Заинтересованным лицом - ООО «ИнтерМедиаГруп Сибирь» 10.04.2015 г. был представлен отзыв (вх. № 3347), по факту размещения рекламы бальзама «Знахарь», в котором Общество указало, что из текста рекламы следует, что указанный бальзам не является самостоятельным лечением, используется в качестве дополнительного средства, помогает в восстановлении работы систем организма (а не восстанавливает), поскольку не является лекарственным средством, о чем также имеется соответствующая Закону о рекламе отметка на тексте статьи.

По мнению Общества, из приведенного текста указанной рекламной статьи не следует, что имеются признаки, предусмотренные п. 6 ч.5. ст. 5 Закона о рекламе для квалификации средства в качестве препарата, обладающего лечебными свойствами и оказывающими положительное влияние на течение болезни.

При том, термин «болезнь» в законодательстве Российской Федерации отсутствует, употребляется синонимичные термин «заболевание».

В соответствии с пп. 16 ст. 2 Федерального закона от 21.11.2011 N 323-ФЗ "Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации", заболевание - возникающее в связи с воздействием патогенных факторов нарушение деятельности организма, работоспособности, способности адаптироваться к изменяющимся условиям внешней и внутренней среды при одновременном изменении защитно-компенсаторных и защитноприспособительных реакций и механизмов организма.

При этом, перечень болезней утвержден в соответствии с "Международной классификация болезней МКБ-10" (Вступила в силу с 1 января 1999 года (пункт 4.3. Приказа Минздрава РФ от 27.05.1997 N170).

На тексте рекламной статьи имеется указание на то, что препарат не является лекарственным средством в полном соответствии с требованиями Закона о рекламе, а также Письма ФАС России от 17.04.2014 N АД/15051/14 "О разъяснении отдельных положений Федерального закона "О рекламе".

При этом текст, который расценен заявителем, а также антимонопольным органом в качестве текста, вводящего в заблуждение потребителя относительно свойств препарата «Знахарь» в качестве лекарственного, при его дословном прочтении не может быть интерпретирован в качестве позиционирования препарата в качестве такового в связи со следующим.

В соответствии с п. 23 Постановление Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" пункт 1 части 1 статьи 25 Закона о рекламе устанавливает запрет в рекламе биологически активных добавок и пищевых добавок создавать впечатление о том, что они являются лекарственными средствами и (или) обладают лечебными свойствами.

При применении данной нормы 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.

Исходя из вышеприведенных норм и разъяснений, для признания рекламы препарата, который не является лекарственным, создающим впечатление, что препарат обладает лечебными свойствами, необходимо одновременное наличие следующих условий:

В рекламе содержится указание на лечебные свойства препарата (положительное влияние на течение болезни);

Указание в тексте рекламы на заболевания (болезни), в отношении которых такой препарат оказывает лечебный эффект;

Указание в тексте рекламы, что именно данный препарат оказывает положительный лечебный эффект в отношении данного конкретного заболевания.

По мнению Общества, из текста спорной рекламной статьи не следует, что последняя содержит указание на то, что препарат «Знахарь» обладает лечебными свойствами/ лечебным эффектом.

Исходя из определения лекарственных средств (ст. 4 Федерального закона от 12.04.2010 N 61-ФЗ "Об обращении лекарственных средств") лекарственные средства - вещества или их комбинации, вступающие в контакт с организмом человека или животного, проникающие в органы, ткани организма человека или животного, применяемые для профилактики, диагностики (за исключением веществ или их комбинаций, не контактирующих с организмом человека или

животного), лечения заболевания, реабилитации, для сохранения, предотвращения или прерывания беременности и полученные из крови, плазмы крови, из органов, тканей организма человека или животного, растений, минералов методами синтеза или с применением биологических технологий, лечебные свойства (лечебный эффект) представляют собой предусмотренное и прогнозируемое воздействие соответствующего средства на организм человека, вызванное указанным средством.

Спорный препарат, по мнению Общества, не может рассматриваться в качестве лекарственного (или создающего подобную иллюзию) в связи со следующим:

Из спорной статьи следует, что препарат является вспомогательным, дополнительным препаратом к основному (лекарственному), не создающий лекарственный эффект применением данного препарата.

Это следует из текста статьи, где указывается, что бальзам помогает улучшению работы той или иной системы, способствует тем или иным процессам, корректирует те или иные функции.

Данный вывод также следует из комментариев потребителей, которые указывают на дополнительный, вспомогательный характер препарата к основному лечению, назначенному врачом.

Спорная рекламная статья не содержит указания на заболевания (болезни), в отношении которых препарат оказывает лечебный эффект.

Реклама содержит лишь указания на те области человеческого организма, при которых препарат может использоваться для поддерживающего, дополнительного стимулирующего и общеукрепляющего действия.

На данное обстоятельство указывает терминология слов «помогает», «способствует», «корректирует». Все указанные глаголы свидетельствуют о прикладном характере препарата, не имеющем самостоятельного терапевтического эффекта.

С учетом тех обстоятельств, что на тексте рекламной статьи имеется соответствующее требованиям Закона о рекламе указание на то, что препарат не является лекарственным средством, с учетом вышеизложенного, ООО «ИнтерМедиаГруп Сибирь» полагает, что в тексте рекламы отсутствуют обстоятельства, свидетельствующие о наличии признаков нарушения, предусмотренного п. 6. ч.5. ст. 5 Закона о рекламе.

Относительно наличия в данной рекламе признаков нарушения требований п.2 ч.3 ст. 5 Закона о рекламе, Общество указывает, что отсутствие в материалах дела сертификатов не свидетельствует об отсутствии сертификатов соответствия, реквизиты которого приводятся в рекламной статье. В силу ст. 13 Закона о рекламе, запрос информации у рекламодателя является правом, а не обязанностью рекламодателя (Общества).

По мнению Общества, наличия признаков нарушения п.п.9, 11 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе в данной рекламе нет, поскольку в тексте рекламной статьи отсутствуют сведения о наличии у рекламируемого препарата призов, медалей, общественном или официальном признании, о результатах испытаний и/или

исследований.

Таким образом, ООО «ИнтерМедиаГруп Сибирь» полагает, что в действиях ООО «Крона» отсутствуют признаки нарушений указанных норм Закона о рекламе.

Комиссия Новосибирского УФАС России считает данные доводы ошибочными и противоречащими материалам дела на основании следующего.

Материалам дела установлено, что бальзам безалкогольный «Знахарь» имеет Сертификат соответствия № РОСС RU. АЯ 89. Н02817.

Согласно статье 1 Федерального закона "О качестве и безопасности пищевых продуктов" от 02.01.2000 N 29-ФЗ (далее - ФЗ "О качестве и безопасности пищевых продуктов"), пищевые продукты - продукты в натуральном или переработанном виде, употребляемые человеком в пищу (в том числе продукты детского питания, продукты диетического питания), бутылированная питьевая вода, алкогольная продукция (в том числе пиво), безалкогольные напитки, жевательная резинка, а также продовольственное сырье, пищевые добавки и биологически активные добавки.

Таким образом, с учетом изложенного объектом рекламирования является пищевой продукт- бальзам «Знахарь».

Реклама товаров не должна создавать у потребителей заблуждений относительно свойств (качеств, характеристик и др.) товара. Таким образом, в рекламе не допускается использование информации не соответствующей действительности.

Оценка рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

В рекламе существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

Отсутствуют сведения о том, что бальзам по своей сути является напитком (пищевым продуктом), и именно отсутствие таких сведений в сочетании со всей рекламной информацией, с указанием потребительских свойств и характеристик (не подтвержденных документально) способно создать у потребителей неверное впечатление относительно рекламируемого бальзама, обмануть их ожидания в достижении определенного положительного эффекта от применения рекламируемого бальзама, описанного в рекламной статье.

Нарушений требований п.п.9,11 ч. 3 и п.6 ч.5 ст. 5 Закона о рекламе Комиссией Новосибирского УФАС России не установлено.

Ответственность за нарушение п. 2 ч.3 ст.5 Закона о рекламе несет рекламодаделец (ч.7 ст. 38 ФЗ «О рекламе»).

Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Газета «Ва-банкъ в Новосибирске» выпускается на основании свидетельства о регистрации СМИ ПИ № ФС 12-0584, выданного Управлением Роскомнадзора по

Сибирскому Федеральному округу, распространяется на территории г. Новосибирска.

Учредителем издания является ООО «ИнтерМедиаГруп Сибирь» (адрес: г. Новосибирск, ул. Линейная, д. 114/14).

Реклама бальзама «Знахарь» размещалась на основании Договора № ВБ 53/13 на оказание услуг по размещению рекламы от 11.02.2013 г., заключенного между ООО «ИнтерМедиаГруп Сибирь» и заказчиком ООО «Крона» по которому заказчик поручает, а исполнитель («ИнтерМедиаГруп Сибирь») принимает на себя обязательства по размещению рекламных материалов заказчика в издании исполнителя – газете «Ва-Банкъ в Новосибирске».

Также представлены Приложение № 3 к указанному Договору от 26.09.2014 г., Приходный кассовый ордер № 3552 от 09.10.2014 г., Акт выполненных работ от 01.10.2014 г. по которому стороны выполнили все свои обязательства и претензий друг к другу не имеют.

На рассмотрение дела Комиссией Новосибирского УФАС России представитель ООО «Крона» не явился, отзыв и запрошенные документы, не представил.

Следовательно, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Крона», в действиях которого содержится нарушение п. 2 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия, руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» №38-ФЗ от 13 марта 2006г. и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

РЕШИЛА:

1. Признать Общество с ограниченной ответственностью «Крона» (юридический адрес: 620072, г. Екатеринбург, ул. Сыромолотова, д. 21, ИНН 6670177766) нарушившим требования п. 2 ч. 3 ст. 5 Закона 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,

а информацию, размещенную на стр.13 рекламно-информационной газеты «Ва-Банкъ в Новосибирске» № 38 (696) от 01.10.2014 г. в статье: «Секрет исцеления от «Знахаря», в том числе следующего содержания:

«...Стоит ли удивляться, что бальзам «Знахарь» помогает корректировать в организме работу всех без исключения органов и систем:

- обмен веществ, опорно-двигательный аппарат бронхи и легкие, органы выделения, пищеварения, иммунитета, сердце, сосуды, зрение, память и половую функцию, мозговую деятельность, помогает при проблемах с печенью, почками,

желчным пузырем, оказывает кровоостанавливающее, тонизирующее действие, особенно на мужскую потенцию, при отравлении, общих истощениях, укрепляющее организм – кости, мускулы, слух, развивающее умственные способности, укрепляющее волю, конвульсиях с ознобом, застое крови, камнях в мочевом пузыре, при сердечно-сосудистых проблемах, отдаляющее старость, увеличивающее жизненную силу человека.

- помогает восстанавливать работы иммунной системы способствует активации сопротивляемости к вирусам, микробам, воздействию внешней среды, способствуют улучшению и нормализации семи жизненно важных систем организма: эндокринная система (гипоталамус, гипофиз, щитовидная железа, надпочечники, поджелудочная железа, яичники); пищеварительная система (желудок, пищевод, двенадцатиперстная кишка, печень, поджелудочная железа); мочевыделительная система (почки, надпочечник, мочеточник, уретра, мочевой пузырь); сердечно-сосудистая система и кровь (сосуды, вены, артерии, капилляры, сердце); нервная система (головной мозг, спинной мозг, нервные волокна и окончания); опорно-двигательная система (кости, суставы, мышечные волокна, сухожилия, связки); репродуктивная женская и мужская система (мужские и женские половые органы) ...»;

«...это чудо помогает снять стрессы, повысить иммунитет и работоспособность...»;

«...помогает восстановить силы и энергию, помогает легче переносить стрессы...»;

«Не является лекарственным средством», ненадлежащей рекламой.

2. Выдать ООО «Крона» предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Новосибирского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

03 июня 2015 г.

г. Новосибирск

Комиссия Новосибирского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе «...»,

на основании своего решения от 03 июня 2015 г. по делу № 57/15 о признании ненадлежащей рекламы, размещенной на стр.13 рекламно-информационной газеты «Ва-банкъ в Новосибирске» № 38 (696) от 01.10.2014 г. в статье: «Секрет исцеления от «Знахаря», и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1,3 статьи 36 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Обществу с ограниченной ответственностью «Крона» (юридический адрес: 620072, г. Екатеринбург, ул. Сыромолотова, д. 21, ИНН 6670177766) в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно, не допускать распространение рекламы, с нарушением:

- п. 2 ч. 3 ст. 5 Закона 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, в том числе рекламы следующего содержания:

«...Стоит ли удивляться, что бальзам «Знахарь» помогает корректировать в организме работу всех без исключения органов и систем:

- обмен веществ, опорно-двигательный аппарат бронхи и легкие, органы выделения, пищеварения, иммунитета, сердце, сосуды, зрение, память и половую функцию, мозговую деятельность, помогает при проблемах с печенью, почками, желчным пузырем, оказывает кровоостанавливающее, тонизирующее действие, особенно на мужскую потенцию, при отравлении, общих истощениях, укрепляющее организм – кости, мускулы, слух, развивающее умственные способности, укрепляющее волю, конвульсиях с ознобом, застое крови, камнях в мочевом пузыре, при сердечно-сосудистых проблемах, отдаляющее старость, увеличивающее жизненную силу человека.

- помогает восстанавливать работы иммунной системы способствует активации сопротивляемости к вирусам, микробам, воздействию внешней среды, способствуют улучшению и нормализации семи жизненно важных систем организма: эндокринная система (гипоталамус, гипофиз, щитовидная железа, надпочечники, поджелудочная железа, яичники); пищеварительная система (желудок, пищевод, двенадцатиперстная кишка, печень, поджелудочная железа); мочевыделительная система (почки, надпочечник, мочеточник, уретра, мочевой пузырь); сердечно-сосудистая система и кровь (сосуды, вены, артерии, капилляры, сердце); нервная система (головной мозг, спинной мозг, нервные волокна и окончания); опорно-двигательная система (кости, суставы, мышечные волокна, сухожилия, связки); репродуктивная женская и мужская система (мужские и женские половые органы) ...»;

«...это чудо помогает снять стрессы, повысить иммунитет и работоспособность...»;

«...помогает восстановить силы и энергию, помогает легче переносить стрессы...»;

«Не является лекарственным средством».

2. ООО «Крона» представить в Новосибирское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 30 июля 2015 г.

В соответствии с ч.2.4 ст.19.5 Кодекса РФ об административных правонарушениях, невыполнение в установленный срок законного решения, предписания федерального антимонопольного органа, его территориального органа о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе или законного решения, предписания федерального антимонопольного органа, его территориального органа об отмене либо изменении противоречащего законодательству Российской Федерации о рекламе акта федерального органа исполнительной власти, акта органа исполнительной власти субъекта Российской Федерации или акта органа местного самоуправления 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 может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьёй 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.