

РЕШЕНИЕ

30 ноября 2011г.

г.Барнаул

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, рассмотрев дело № 166-ФАС22-Р/11-11 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения в газете «Читай город» № 39 (257) от 07.10.2011г. рекламы «Алтайский целитель - здоровье без лекарств», в которой усматриваются признаки нарушения п.п.2, 10 ч.3, п.6 ч.5 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее ФЗ «О рекламе»),

в присутствии:

заявителя - Территориальный орган Федеральной службы по надзору в сфере здравоохранения и социального развития по Алтайскому краю (Алтайский край, г.Барнаул, 656011, пр.Ленина, 145) в лице представителя по доверенности К.;

заинтересованных лиц:

издатель газеты «Читай город», лицо, заключившее договор на размещение рекламы «Алтайский целитель - здоровье без лекарств» в газете «Читай город» - ИП Самохвал Е.Г. (Алтайский край, г.Барнаул, 656057, 50 лет СССР, 16-116), в лице представителя по доверенности П.;

учредитель газеты «Читай город» - ООО «ИД «Алтапресс» (Алтайский край, г.Барнаул, 656049, ул.Короленко, 105), в лице представителя по доверенности П.;

в отсутствие представителя заинтересованного лица - ООО «Сашера-Мед» (г.Бийск, Промышленная зона ОАО «Полиэкс», здание управления, 122),

УСТАНОВИЛА:

представитель ООО «Сашера-Мед» на рассмотрение дела не явился, о времени и месте рассмотрения дела извещено своевременно и надлежащим образом (в деле имеется уведомление о вручении почтового отправления).

В соответствии с п.30 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением правительства Российской Федерации от 17.08.2006г. № 508, данное обстоятельство не является препятствием для рассмотрения дела в отсутствие представителя указанного лица.

11.10.2011г. Алтайским краевым УФАС России в процессе осуществления государственного надзора в области рекламы были выявлены признаки нарушения Федерального закона «О рекламе» в рекламной статье «Алтайский целитель - здоровье без лекарств», размещенной в газете «Читай город» № 39 от 07.10.2011г., стр.16.

17.10.2011г. в Алтайское краевое УФАС России поступило письменное заявление

управления Росздравнадзора по Алтайскому краю (вхд. № 8008 от 17.10.2011г.) по признакам нарушения Федерального закона «О рекламе» в рекламе «Алтайский целитель - здоровье без лекарств».

Указанная реклама содержит информацию о проведении 16 и 17 октября 2011г. в ДК «Сибэнергомаш» выставки-продажи ограниченной партии бальзама «Алтайский целитель».

Объектом рекламирования в рекламной статье является медовый бальзам «Алтайский целитель».

Реклама сопровождается предупреждением «О возможных противопоказаниях проконсультируйтесь со специалистом», содержит указание на лечебные свойства бальзама, в том числе посредством отзывов физических лиц об улучшении их состояния в результате применения бальзама, а также содержит информацию о том, что бальзам сертифицирован и имеет медицинские заключения НИИ фармакологии РАМН (г.Москва), Алтайского государственного медицинского университета (АГМУ), кафедра онкологии, онкодиспансера г.Барнаула (2009г.), Медицинской академии (г.Новосибирск); НИИ лимфологии Новосибирского научного центра АН России (г.Новосибирск), Института медико-биологических проблем (г.Москва).

На заседании Комиссии представитель управления Росздравнадзора по Алтайскому краю К. пояснила, что рекламируемый бальзам не зарегистрирован как лекарственное средство, однако реклама в нарушение требований п.6 ч.5 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» содержит указание на лечебные свойства бальзама, в том числе путем отзывов физических лиц. Кроме того, в рекламе содержится недостоверная информация о том, что бальзам имеет различные медицинские заключения.

Представитель заинтересованных лиц - издателя газеты «Читай город» ИП Самохвал Е.Г. и учредителя газеты «Читай город» - ООО «ИД «Алтапресс» пояснил, что рекламодатель, размещавший рекламу «Алтайский целитель - здоровье без лекарств» (ООО «Бриз») заверил макет рекламы синей печатью и подписью, тем самым подтвердив свою ответственность за содержание и достоверность рекламного модуля.

ООО «Сашера-Мед», являющееся производителем рекламируемого товара, пояснило, что клинические исследования и доказательства физиологического действия бальзама «Алтайский целитель» на организм человека, отсутствуют.

Комиссия, заслушав доводы представителя стороны, изучив материалы дела и исследовав доказательства по делу, дав им надлежащую оценку, пришла к следующим выводам.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006г № 38-ФЗ «О рекламе» под рекламой понимается 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; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Согласно Федеральному закону от 02.01.2000г. № 29-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.

Согласно сертификату соответствия № РОСС RU.АЕ.96.НО4264 от 29.07.2011г., выданному ООО «Сашера-Мед» Федеральным агентством по техническому регулированию и метрологии, бальзам безалкогольный медово-растительный «Алтайский целитель» является пищевым продуктом.

Рассматриваемая рекламная статья «Алтайский целитель – здоровье без лекарств» содержит следующую информацию относительно объекта рекламирования:

- «...Предлагаем вам один из наиценнейших продуктов, созданных природой. Продукт, который лечит, не дает заболеть..»;

- «Вот далеко не полный перечень заболеваний, при которых доказана эффективность бальзама:»;

- «... этот бальзам лечит не последствия болезни, а ее первопричины..... улучшает обмен веществ, обладает противоаллергическими, противомикробными, мочегонными, противовоспалительными и противовирусными свойствами...».

В рекламной статье «Алтайский целитель – здоровье без лекарств» содержится перечень заболеваний, при которых доказана эффективность бальзама «Алтайский целитель».

Реклама бальзама «Алтайский целитель» сопровождается отзывами физических лиц (10 штук), принимающих бальзам. Отзывы выполнены в форме писем благодарности и содержат информацию об излечении от различных заболеваний в результате применения бальзама.

В соответствии с п.2 ч.3 ст. 5 Федерального 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 соответствии с п.6 ч.5 ст. 5 Федерального 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 лечения, изделий медицинского назначения и медицинской техники. Таким образом, в отношении товаров и услуг, не входящих в данный перечень, действует полный запрет на указание в рекламе на их лечебные свойства, т.е. положительное влияние на течение болезни.

Исходя из содержания рекламы бальзам «Алтайский целитель» обладает лечебными свойствами при различных заболеваниях. Лечебные свойства достигаются за счет содержания в нем лекарственных трав, а также желез речного бобра, содержащих мускусное вещество, используемое при лечении заболеваний органов дыхания.

Однако, пищевые продукты, содержащие в своем составе различные растительные комплексы и активные вещества, и непосредственно сами лекарственные травы (лекарственные средства), относятся к разным группам товаров и обладают разными потребительскими свойствами и воздействием на организм человека.

Таким образом, указание в рекламе на лечебные свойства пищевого продукта – бальзама «Алтайский целитель» свидетельствует о недостоверной рекламе относительно назначения, потребительских свойств, об условиях применения данного пищевого продукта, что указывает на нарушение п.2 ч.3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Учитывая, что рекламируемый бальзам не является лекарственным средством, размещенная в рекламе информация о том, что бальзам лечит либо оказывает положительное влияние на течение различных болезней, противоречит требованиям п.6 ч.5 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с п.11 ч.3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о результатах исследований и испытаний.

Реклама содержит информацию о том, что бальзам «Алтайский целитель» имеет медицинские заключения НИИ фармакологии РАМН (г.Москва), Алтайского государственного медицинского университета (АГМУ), кафедры онкологии, онкодиспансера г.Барнаула (2009г.), Медицинской академии (г.Новосибирск); НИИ лимфологии Новосибирского научного центра АН России (г.Новосибирск), Института медико-биологических проблем (г.Москва).

В соответствии с Федеральным законом от 12.04.2010г. № 61-ФЗ «Об обращении лекарственных средств», медицинское заключение составляется организацией, проводившей клиническое испытание лекарственного препарата для медицинского применения.

Согласно информации, представленной ООО «Сашера-Мед» (вхд. № 1921 от 30.11.2011г.) рекламируемый бальзам не проходил каких-либо клинических испытаний.

На основании вышеизложенного, информация о том, что рекламируемый пищевой продукт - бальзам «Алтайский целитель» имеет медицинские заключения не соответствует действительности, так как рекламируемый продукт не является

лекарственным препаратом для медицинского применения, следовательно, имеет место нарушение п.11 ч.3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Размещение рекламы в газете «Читай город» производилось на основании договора на размещение рекламы № Ч333/Р от 01.01.2011г., заключенного между ООО «Бриз» (г.Москва, ул.Серпуховская Б., 38, стр.2) и ИП Самохвал Е.Г., у которой имеются договорные отношения на издание средства массовой информации «Читай город» с учредителем данной газеты ООО «ИД Алтапресс».

Антимонопольным органом установлено, что ООО «Бриз» как недействующее юридическое лицо исключено из Единого государственного реестра юридических лиц в 2009г.

На основании вышеизложенного, от имени ООО «Бриз», правоспособность которого прекращена, рекламу размещают неустановленные лица.

При таких обстоятельствах не представляется возможным установить достоверность рекламной информации, касающейся отзывов физических лиц об улучшении их состояния в результате применения бальзама, что указывает на нарушение п. 10 ч.3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», в соответствии с которым недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о рекомендациях физических или юридических лиц относительно объекта рекламирования либо о его одобрении физическими или юридическими лицами.

Таким образом, в рекламе «Алтайский целитель - здоровье без лекарств», размещенной на стр. 16 газеты «Читай город» № 39 (257) от 07.10.2011г., выявлены нарушения требований п.п.2, 10, 11 ч.3, п.6 ч.5 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», что указывает на ненадлежащую рекламу.

В соответствии со ст. 38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за данные нарушения Закона о рекламе несет рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (ст. 3 Федерального закона «О рекламе»), в данном случае не существующее юридическое лицо - ООО «Бриз».

Представитель ООО «ИД «Алтапресс», ИП Самохвал Е.Г. П. на заседании Комиссии согласился с доводами антимонопольного органа о нарушении в рассматриваемой рекламе требований п.п. 2, 10, 11 ч.3, п.6 ч.5 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», пояснив, что данная реклама действительно размещена по договору с ООО «Бриз», оплата производилась в наличной форме. Каких - либо изменений в рекламный макет редакция газеты не вносила. О том, что данное юридическое лицо прекратило свою деятельность в 2009г. редакция газеты не знала.

Кроме того, пояснил, что после возбуждения настоящего дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе физическое лицо, действующее от имени ООО «Бриз», предлагало к размещению в газете «Читай город» новый рекламный материал. В данном случае лицо действовало в интересах другого юридического лица - ООО «Миромакс», зарегистрированного по адресу: г.Москва ул.Зеленодольская, д. 11/16, пом.30.

Согласно ст. 33 Федерального закона «О рекламе», антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный надзор за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе:

- предупреждает, выявляет и пресекает нарушения физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе;
- возбуждает и рассматривает дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В соответствии со ст. 36 Федерального закона «О рекламе», антимонопольный орган по собственной инициативе, представлению прокурора, обращениям органов государственной власти или органов местного самоуправления, а также по заявлениям физических лиц или юридических лиц возбуждает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе выдается на основании решения антимонопольного органа о признании рекламы ненадлежащей и содержит указание о прекращении ее распространения.

Таким образом, предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе выдается виновному в нарушении лицу, а также участвующим в рассмотрении дела заинтересованным лицам, причастным к распространению ненадлежащей рекламы и способным прекратить ее распространение.

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:

1. Признать рекламу «Алтайский целитель - здоровье без лекарств», размещенную в газете «Читай город» № 39 (257) от 07.10.2011г., ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования п.п. 2, 10, 11 ч.3, п.6 ч.5 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Вынести предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе ООО «ИД «Алтапресс», как лицу, причастному к распространению ненадлежащей рекламы и способному прекратить ее распространение.

3. Вынести предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе ИП Самохвал Е.Г., как лицу, причастному к распространению ненадлежащей рекламы и способному прекратить ее распространение.

Резолютивная часть решения объявлена 30 ноября 2011г.

Решение изготовлено в полном объеме 30 ноября 2011г.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке,

предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.