

## РЕШЕНИЕ

17 августа 2011 года

г. Горно-Алтайск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Алтай по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее Комиссия), рассмотрев дело № 27 от 20.07.2011г., возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, по факту распространения в рекламно-информационной газете «Читай! Горный» № 1 статьи рекламного характера под заголовком: «Хочешь быть здоровым – будь», а также рекламы: «**Новый высокоэффективный полифункциональный антиоксидант – ТИОФАН. Профилактика рецидивов рака. 8-913-695-43-52, 4-20-47**»; «**АРТЛАЙФ – биологические активные комплексы, функциональное питание, косметические средства. Для людей, стремящихся к высокому качеству жизни. Тел. 8-913-695-43-52, 4-20-47**» опубликованной во втором номере газеты с признаками нарушения пункта 2 части 3, пункта 6 части 5, части 7 статьи 5, пункта 1 части 1 статьи 25 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее Закон «О рекламе»),

в отсутствие заявителя, о месте и времени рассмотрения дела № 25 от 20.07.2011г. извещен надлежащим образом, почтовое уведомление от 22.07.2011 № 64900037079735),

в присутствии:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – физического лица,

заинтересованного лица – индивидуального предпринимателя без образования юридического лица, рекламно-информационной газеты «Читай! Горный»,

УСТАНОВИЛА:

В адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Алтай поступило заявление от физического лица, в части распространения рекламы в рекламно-информационной газете «Читай! Горный» № 1 с признаками нарушения рекламного законодательства Российской Федерации.

В процессе рассмотрения данного заявления установлено следующее:

На 6 странице рекламно-информационной газеты «Читай! Горный» № 1 опубликована статья под названием: «**Хочешь быть здоровым – будь!**» следующего содержания: « **В наш век скоростей и высоких технологий быть здоровым престижно и выгодно. Хочешь быть здоров? Инвестируй в свое здоровье! Укрепляй организм, становись красивей и получай удовольствие как от процесса, так и от результата!**

**Для активных и деятельных людей, которые стремятся к высокому качеству жизни и успеху, заботятся о своем здоровье и здоровье своих близких, компания Артлайф создает инновационную, высокоэффективную и безопасную продукцию: БИОЛОГИЧЕСКИ АКТИВНЫЕ КОМПЛЕКСЫ, ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ ПИТАНИЕ, КОСМЕТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА.**

Биологически активные комплексы Артлайф уже более 10 лет присутствующие на рынке, стали для многих удобным и эффективным способом формирования полноценного здоровья через коррекцию рациона. Комплексы Артлайф обеспечивают поддержку организма на фоне разнообразных стрессовых факторов, к которым относятся техногенные перегрузки, неблагоприятная экологическая обстановка. Дефицит тех или иных нутриентов не проходит незаметно для организма и может привести к формированию различных дисфункций органов или хронических заболеваний.

Комплексный подход к производству продукции заключен в сочетании высокой технологической оснащенности с использованием последних научно-медицинских достижений и стремлением соединить их с традиционными знаниями народной медицины.

Залог эффективности и безупречного качества продукции Артлайф – многолетний опыт производства, успешные клинические испытания активных комплексов на базе многочисленных лечебно-профилактических учреждений России и стран СНГ, условия производства соответствующие Российским и международным сертификатам (ISO 9001-2000, ISO 22000- 2005, HACCP, GMP). Ассортимент продукции Компании Артлайф позволяет каждому человеку индивидуально подобрать программу для себя и своих близких.

Концепция Искусства жизни Артлайф ежегодно приобретает все больше сторонников по всему миру. С Артлайф люди получают здоровье, красоту, великолепное самочувствие, продление

**молодости, физическую активность, благосостояние, признание, финансовую независимость! Задать интересные Вас вопросы можно по телефону: 4-20-47, 8-913-695-43-52».**

В соответствии со статьей 3 Закона «О рекламе», рекламой признается 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.

Вышеуказанная публикация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания, а так же формирование и поддержание интереса у потребителей к объектам рекламирования: продукции Артлайф (биологически активным комплексам, функциональному питанию, косметическим средствам) то есть, полностью соответствует определению рекламы.

Рекламная статья под названием: **«Хочешь быть здоровым – будь!»** содержит предложение: **«С Артлайф люди получают здоровье, красоту, великолепное самочувствие, продление молодости, физическую активность, благосостояние, признание, финансовую независимость!».**

Согласно пункту 2.1. санитарно-эпидемиологических правил и нормативов (СанПиН 2.3.2.1290-03) утвержденных Постановлением главного государственного санитарного врача Российской Федерации от 17.04.2003 № 50, биологически активные добавки к пище (далее БАД) используются как дополнительный источник пищевых и биологически активных веществ, для оптимизации углеводного, жирового, белкового, витаминного и других видов обмена веществ при различных функциональных состояниях, для нормализации и/или улучшения функционального состояния органов и систем организма человека, в том числе продуктов, оказывающих общеукрепляющее, мягкое мочегонное, тонизирующее, успокаивающее и иные виды действия при различных функциональных состояниях, для снижения риска заболеваний, а также для нормализации микрофлоры желудочно-кишечного тракта, в качестве энтеросорбентов.

Исходя из информационного содержания рекламы продукции Компании Артлайф следует, что потребитель, принимая БАД, предназначение которого указано выше, получают благосостояние, признание и финансовую независимость.

В соответствии с частью 1 статьи 5 Закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускаются. Согласно пункту 2 части 3 статьи 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.

Таким образом, Комиссия пришла к выводу, что рекламная статья под названием: **«Хочешь быть здоровым – будь!»**, опубликованная на 6 странице рекламно-информационной газеты «Читай! Горный» № 1, не соответствует требованиям пункта 2 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе» в части указанных в ее содержании потребительских свойствах рекламируемого товара, так как она содержит не соответствующие действительности сведения о его характеристиках и потребительских свойствах.

В процессе рассмотрения заявления, УФАС по РА было установлено, что на второй странице рекламно-информационной газеты «Читай! Горный» № 2, в рубрике «Разное», опубликована информация рекламного характера следующего содержания: **«Новый высокоэффективный полифункциональный антиоксидант – ТИОФАН. Профилактика рецидивов рака. 8-913-695-43-52, 4-20-47»; «АРТЛАЙФ – биологически активные комплексы, функциональное питание, косметические средства. Для людей, стремящихся к высокому качеству жизни. Тел. 8-913-695-43-52, 4-20-47».**

Согласно пункту 6 части 5 статьи 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 лечения, изделий медицинского назначения и медицинской техники.

Аналогичный запрет содержится и в пункте 1 части 1 статьи 25 Закона «О рекламе» (реклама биологически активных добавок к пище и пищевых добавок, продуктов детского питания), согласно которому, реклама БАД не должна создавать впечатление о том, что они являются лекарственными средствами и (или) обладают лечебными свойствами.

Частью 7 статьи 5 Закона «О рекламе» наложен запрет на рекламу, 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: **«Новый высокоэффективный полифункциональный антиоксидант – ТИОФАН. Профилактика рецидивов рака. 8-913-695-43-52, 4-20-47»** формирует впечатление у потребителей рекламы о том, что рекламируемый товар «ТИОФАН» является лекарственным средством, поскольку реклама содержит информацию о назначении данного товара – профилактика рецидивов рака, то есть исключает повторные проявления такого тяжелого заболевания человека как рак. При этом информационное содержание рекламы не соответствует требованиям рекламного законодательства, предъявляемым к рекламе лекарственных средств. Отсутствие в рекламе существенной информации о рекламируемом товаре не позволяет определить его принадлежность к определенному виду (например, лекарственным средствам или БАД), что вводит потребителей рекламы в заблуждение.

Данные обстоятельства указывают на несоответствие рекламы товара «ТИОФАН» требованиям пункта 6 части 5, части 7 статьи 5, пункта 1 части 1 статьи 25 Закона «О рекламе».

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона «О рекламе» ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Таким образом, Комиссия приходит к выводу о том, что рекламная статья под заголовком: **«Хочешь быть здоровым – будь!»** опубликованная в первом номере рекламно-информационной газеты «Читай! Горный», является недостоверной в части потребительских свойств рекламируемой продукции Компании «Артлайф» (БАД), так как указанные в рекламе потребительские свойства рекламируемого товара не соответствуют фактическому назначению данного товара. Реклама: **«Новый высокоэффективный полифункциональный антиоксидант – ТИОФАН. Профилактика рецидивов рака. 8-913-695-43-52, 4-20-47»** опубликованная в рекламно-информационной газете «Читай! Горный» № 2, является ненадлежащей так как она противоречит требованиям пункта 6 части 5, части 7 статьи 5, пункта 1 части 1 статьи 25 Закона «О рекламе».

Из вышеизложенного следует, что сведения заявителя в части распространения в рекламно-информационной газете «Читай! Горный» рекламы с нарушением рекламного законодательства Российской Федерации являются достоверными.

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе, **рекламодатель** – это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; **рекламопроизводитель** – это лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; **рекламораспространитель** – это лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Факт распространения рассматриваемой рекламы в рекламно-информационной газете «Читай! Горный» свидетельствует, что ее рекламораспространителем является редакция данной газеты в лице ее ИПБОЮЛ <...>

В целях установления сведений о рекламодателях вышеназванных рекламных публикаций в редакцию рекламно-информационной газеты «Читай! Горный» был направлен запрос (исх. от 06.07.2011№1325/05), на который редакцией газеты «Читай! Горный» представлен договор от 27.05.2011№ 1, заключенный главным редактором газеты ИПБОЮЛ <А.> с <Т.>, на размещение рекламы продукции Компании «Артлайф».

В процессе рассмотрения дела <Т.> подтвердила Комиссии, что она является рекламодателем рассматриваемых рекламных публикаций. <Т.> пояснила Комиссии, что информационное содержание рекламы было ей взято из каталогов и сайтов сети «Интернет» при изучении потребительских свойств и назначения данного товара.

рекламно-информационная газета «Читай! Горный» ИПБОЮЛ <А.> так же указала Комиссии, что рассматриваемые публикации были представлены в редакцию <...> в готовой для распространения в виде рекламы форме.

Таким образом, Комиссией установлено, что рекламодателем и рекламопроизводителем рассматриваемых рекламных публикаций является <Т.>, зарегистрирована по адресу: г. Горно-Алтайск, пр. Коммунистический, 91, кв. 46, а рекламораспространителем рекламы является редакция рекламно-информационной газеты «Читай! Горный» в лице ИПБОЮЛ А.

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

Частью 6 статьи 38 Закона «О рекламе» предусмотрена ответственность рекламодателя за нарушение пункта 2 части 3, пункта 6 части 5, части 7 статьи 5, пункта 1 части 1 статьи 25 настоящего Федерального закона.

Таким образом, Комиссия пришла к выводу о том, что нарушение рекламного

законодательства при рекламировании в рекламной-информационной газете «Читай! Горный» № 1 продукции Компании «Артлайф» под заголовком: «**Хочешь быть здоровым – будь!**» и рекламы: «**Новый высокоэффективный полифункциональный антиоксидант – ТИОФАН. Профилактика рецидивов рака. 8-913-695-43-52, 4-20-47**» опубликованной во втором номере данной газеты, допущено <...>.

Руководствуясь пунктом 2 части 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 недостоверной рекламную статью под заголовком: «**Хочешь быть здоровым – будь!**» опубликованную на 6 странице рекламной-информационной газеты «Читай! Горный» № 1 в части потребительских свойств рекламируемой продукции Компании «Артлайф» (БАД), так как в ее содержании указаны не соответствующие действительности сведения о характеристиках товара и его потребительских свойствах, что противоречит требованиям пункта 2 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе»;

2. Признать ненадлежащей рекламу: «**Новый высокоэффективный полифункциональный антиоксидант – ТИОФАН. Профилактика рецидивов рака. 8-913-695-43-52, 4-20-47**» опубликованную на 2 странице рекламной-информационной газеты «Читай! Горный» № 2, так как она содержит указание на лечебные свойства рекламируемого товара, при этом не содержит указаний на то, что данный товар является лекарственным средством либо биологически активной добавкой к пище, тем самым вводит потребителей рекламы в заблуждение, что противоречит требованиям пункта 6 части 5, части 7 статьи 5, пункта 1 части 1 статьи 25 Закона «О рекламе»;

3. Выдать Т. предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства;

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу УФАС по Республике Алтай для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения законодательства  
Российской Федерации о рекламе по делу № 27 от 20.07.2011 г.

17 августа 2011 года

г. Горно-Алтайск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Алтай по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее Комиссия), на основании своего решения от 17.08.2011г. по делу № 27 от 20.07.2011г. о признании недостоверной рекламы продукции Компании «Артлайф» (БАД), в части потребительских свойств рекламируемого товара, содержащейся в рекламной статье под заголовком: «**Хочешь быть здоровым – будь!**» опубликованной на 6 странице рекламной-информационной газеты «Читай! Горный» № 1, признании ненадлежащей рекламы: «**Новый высокоэффективный полифункциональный антиоксидант – ТИОФАН. Профилактика рецидивов рака. 8-913-695-43-52, 4-20-47**» опубликованной на 2 странице рекламной-информационной газеты «Читай! Горный» № 2 и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее Закон «О рекламе»), пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Гражданину Т. в срок со дня получения предписания прекратить нарушения пункта 2 части 3, пункта 6 части 5, части 7 статьи 5, пункта 1 части 1 статьи 25 Закона «О рекламе», а именно:

- прекратить распространение недостоверной рекламы продукции Компании «Артлайф» содержащей несоответствующие действительности сведения о её потребительских свойствах;

- прекратить распространение ненадлежащей рекламы товара под наименованием «Теофан» с указанием на его лечебные свойства;

2. Гражданину Т. представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по

Республике Алтай доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания **до 31.08.2011г.**

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, УФАС по РА вправе в соответствии с пунктом 2.4. статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.