

РЕШЕНИЕ

ПО ДЕЛУ № 11-03-25-02/697

06 марта 2012 г.

г. Волгоград

Резолютивная часть решения оглашена 28 февраля 2012 г.

Решение изготовлено в полном объеме 06 марта 2012 г.

Комиссия УФАС по Волгоградской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии – заместитель руководителя Волгоградского УФАС России Никуйко Ирина Борисовна,

Член Комиссии – Алимова Елена Владимировна, заместитель начальника отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы;

Член Комиссии – Булах Дарья Александровна, государственный инспектор отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы;

Член Комиссии – Тынянкина Анна Александровна, государственный инспектор отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы,

рассмотрев дело № 11-03-25-02/642 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту размещения на странице № 17 газеты «Блокнот Волгограда» в выпуске от 28 мая – 3 июня 2011 г. № 40 (484) рекламы БАДа «Бальзам «Сибирский», с нарушением п. 2 ч. 1 ст. 25 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе»,

в отсутствии представителей ИП Чекменевой В.А.,

УСТАНОВИЛА:

Специалистами отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы Волгоградского УФАС России по собственной инициативе был проведен мониторинг рекламы в средствах массовой информации, по результатам которого, установлен факт распространения в газете «Блокнот Волгоград» № 40 (484) от 28 мая – 3 июня 2011 г. (стр. 17), и в ряде других печатных изданиях, рекламы БАДа «Бальзам «Сибирский».

На странице № 17 выпуска № 40 (484) от 28 мая – 3 июня 2011 года газеты «Блокнот Волгоград» размещена реклама БАДа «Бальзам «Сибирский», согласно которой «Бальзам «Сибирский» - «это удивительная вещь: она действительно дарит жизнь без боли»; «аналогов бальзаму «Сибирскому» нет, и заменить его компоненты или

изменить рецептуру, без снижения эффективности нельзя!»; и т.д. Реклама сопровождается фотографией бальзама «Сибирский» и изображением животного рядом с деревом. Далее содержатся сообщения граждан по поводу использования бальзама «Сибирского».

Согласно п.п.1 ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»), **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.

Информация, размещенная в газете «Блокнот Волгоград» № 40 (484) от 28 мая – 3 июня 2011 г. на странице № 17, обладает всеми квалифицирующими признаками рекламы:

- распространена посредством размещения в печатных изданиях в форме информационной статьи;

- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (БАДу «Бальзаму «Сибирский»);

- направлена на формирование или поддержание интереса к объекту рекламирования и его продвижение на рынке;

- адресована неопределенному кругу лиц. В соответствии с письмом Федеральной антимонопольной службы от 05.04.2007 г. № АЦ/4624 в рамках понятия рекламы, установленного ст. 3 ФЗ «О рекламе» под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Соответственно, распространение информации о БАДе «Бальзам «Сибирский», должно признаваться распространением среди неопределенного круга лиц, поскольку заранее невозможно определить всех лиц, для которых такая информация будет доведена.

В данной рекламе содержатся ссылки на конкретные случаи улучшения состояния здоровья человека в результате применения БАДа «Бальзам «Сибирский».

В соответствии со [ст. 5](#) Федерального закона "О рекламе", реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Исследовав письменные материалы дела, Комиссия пришла к следующим выводам:

1. Согласно копии свидетельства о государственной регистрации № 77.99.23.3.У.4671.6.08 от 05.06.2008 г. препарат «Бальзам «Сибирский» является биологически активной добавкой к пище.

2. Согласно части 1 статьи 25 ФЗ «О рекламе», реклама **биологически активных добавок** и пищевых добавок не должна:

1) создавать впечатление о том, что они являются лекарственными средствами и

(или) обладают лечебными свойствами;

2) содержать ссылки на конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния в результате применения таких добавок;

3) содержать выражение благодарности физическими лицами в связи с применением таких добавок;

4) побуждать к отказу от здорового питания;

5) создавать впечатление о преимуществах таких добавок путем ссылки на факт проведения исследований, обязательных для государственной регистрации таких добавок, а также использовать результаты иных исследований в форме прямой рекомендации к применению таких добавок.

В нарушение указанных требований рекламное сообщение в выпуске газеты "Блокнот Волгограда" от 28 мая – 3 июня 2011 года № 40 (484) на странице 17 создает впечатление, что БАД «Бальзам «Сибирский» является лекарственным средством («...пользуются им при таких заболеваниях: сердечно-сосудистой системы, поражениях опорно-двигательного аппарата, желудочно-кишечного тракта, мочевыделительной и половой системе...»).

Также указанная реклама содержит описание случаев конкретного излечения людей, улучшения их состояния в результате применения БАДа «Бальзам «Сибирский», и выражения физическими лицами благодарности (выдержки из писем гр. Писаренко И.М., Новгородцев П.Н., Жогина Н.А. и т.д.).

Таким образом, реклама БАДа «Бальзам «Сибирский» на странице 17 газеты "Блокнот Волгограда" от 28 мая – 3 июня 2011 года № 40 (484) содержит нарушения п. 2 ч. 1 ст. 25 ФЗ "О рекламе".

В соответствии с п. 4 ст. 3 ФЗ «О рекламе», реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Пунктом 5 ст. 3 ФЗ РФ «О рекламе» установлено, что рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В силу статьи 38 ФЗ "О рекламе", ответственность за нарушение п. 6 ч. 5 ст. 5 этого же Федерального закона несёт рекламодаделец.

Согласно договору от 12.01.2011 года рекламодателем указанной рекламной информации является ИП Чекменева Вера Алексеевна.

Письмом ФАС России от 23.09.2011 г. № АК/36190 Волгоградское УФАС России наделено полномочиями на возбуждение и рассмотрение дела по признакам нарушения законодательства о рекламе в отношении ИП Чекменевой В.А.

На основании вышеизложенного, 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, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 г. № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу БАДа «Бальзам «Сибирский», размещенную в печатном издании газете «Блокнот Волгограда» от 28 мая – 3 июня 2011 года № 40 (484) ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 1 статьи 25 Федерального закона «О рекламе».
2. Выдать ИП Чекменевой В.А. предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Волгоградского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении по ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ в отношении рекламодателя ненадлежащей рекламы – ИП Чекменевой В.А.