

РЕШЕНИЕ

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «09» июля 2015 г.

В полном объеме решение изготовлено «23» июля 2015 г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия Московского УФАС России) в составе:

председателя Комиссии – И.С. Гудковой,

членов Комиссии – Н.М. Семеновой, А.И. Кладочной, К.С. Сучковой,

рассмотрев дело № 3-24-102/77-15 в отношении ООО «Здоровье» по факту распространения 22.09.2014 в период с 09:00 до 10:00 в эфире радиостанции «Радио России» рекламы медицинского прибора «Биокорректор Люкс» с признаками нарушения пунктов 5, 6, 7, 8 части 1 статьи 24, части 6 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе),

в присутствии представителя ООО «Здоровье» в лице Думброва Р.А. (по доверенности от 17.06.2015),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-24-102/77-15 возбуждено Московским УФАС России на основании обращения физического лица относительно распространения 22.09.2014 в период с 09:00 до 10:00 в эфире радиостанции «Радио России» рекламы медицинского прибора «Биокорректор Люкс».

Указанная реклама построена в форме диалога, в которой ведущий обсуждает с гостем новые методы лечения организма человека на микрополяризационном уровне, в том числе методы лечения заболеваний посредством медицинского прибора «Биокорректор Люкс», а также о положительных свойствах указанного медицинского прибора.

- «А вот если не брать инфекционные поражения организма или

травмы, а вот именно на хронические болезни посмотреть. Причины у этих заболеваний (у сердечных там, суставных, желудочных) у них схожие причины — это нарушение в работе клеток в организме человека. Именно когда клетки перестают нормально делиться, перестают, так сказать, работать так как должны, возникают вот эти хронические проблемы, поэтому, сами понимаете, так как все клетки в организме взаимосвязаны и обмениваются друг с другом информацией, то когда появляется одно заболевание, оно влечет за собой другое, то — третье, и вот получается, что в пожилом возрасте у человека букет заболеваний.

- Понятно, ну если я Вас правильно понял, если причина на клеточном уровне, то, значит, главная задача — это вот одновременно наладить работу всех клеток организма, да? А с помощью какого метода это можно сделать?
- Есть один метод, он открыт уже давно, несколько лет применяется успешно и в Европе, и в Израиле, и в Китае. Это метод микрополяризации клеток. Микрополяризация, это вот дословно, воздействие очень такими слабыми импульсами тока, под действием которых клетки организма человека начинают работать правильно и хорошо. Вот это клеточное лечение, метод микрополяризации. Мало того, что здесь практически все возрастные болезни лечатся — сердечно-сосудистые, суставные, эндокринные и даже желудочно-кишечный тракт, так здесь еще минимум побочных эффектов и противопоказаний, что тоже очень важно!
- В отличие от лекарств!
- В отличие от стандартных методик, да! Потому что одно лечим, другое калечим. Это еще можно, когда вам там лет 30-40, когда вам 70-80 такой принцип просто исключается. Ну и что самое главное, сейчас в Российской Федерации есть очень хороший такой добротный и прекрасно себя показавший медицинский прибор, который многим уже знаком. Он называется «Биокорректор Люкс». Как раз аппарат «Биокорректор Люкс», дорогие друзья, он лечит с использованием метода микрополяризации, то есть он действительно лечит клетки организма человека.
- То есть именно он идеально подходит для пожилых людей у которых уже в хроническую форму всякие болячки перешли.
- Абсолютно верно! Вне всякого сомнения, потому что он прост, удобен, надежен, долговечен и плюс показывает очень хорошие результаты в лечении, потому что все вот это болезни, ну согласитесь да, та же гипертония, атеросклероз, сахарный диабет, артрит, артрозы, остеохондрозы — все это, в основном, встречается тогда, когда человеку, скажем, уже за 60-70 лет. Вот именно для таких возрастов..
- Когда стареть начинает организм.
- Конечно, вот для таких возрастов и разрабатывался «Биокорректор Люкс», для того, чтобы помочь человеку по данным тяжелым заболеваниям. То есть, во-первых, Вы поймите, Вы можете взять прибор на всю семью, потому что прибор имеет функцию автонастройки. Он сам определяет заболевание, сам начинает программу лечения и сам ее завершает.
- Просканирует организм, для начала, выявляет где и какие сбои, да?

- Где клетки, так сказать, величина электромагнитного излучения отличается от нормальной и он понимает какой орган работает хорошо, а какой орган работает со сбоем, с болезнью. И таким образом, он подстроится под меня, под Вас, под других членов семьи.
- То есть чисто объективный анализ происходит.
- Естественно! В этом-то и суть, потому что у одного человека гипертония с причиной, скажем, в атеросклерозе сосудов, а у другого человека та же гипертония, но с причиной, скажем, в печени и в почках. Поэтому одно и то же, скажем, лекарство одному человеку поможет, другому не поможет, а третьему навредит, а с «Биокорректором», он сам «Биокорректор Люкс» подстраивается под ваш организм, сам находит нужную программу лечения...
- Ставит точный диагноз, в отличие от врача не ошибается и с максимальной отдачей лечит. Давайте сразу дадим телефон, по которому наши слушатели смогут связаться по специалисту: задать свои вопросы, узнать о скидках, заказать «Биокорректор Люкс.»
- Телефон горячей линии в Москве 84956519090. На данном телефоне постоянно дежурят специалисты, Вы можете задать свой вопрос, спросить насколько может помочь «Биокорректор Люкс» именно при вашем заболевании.
- Имеются противопоказания, необходимо проконсультироваться со специалистом».

При распространении указанной рекламы усматриваются признаки нарушения положений статьи 24 Закона о рекламе, а именно:

- признаки нарушения пункта 5 части 1 статьи 24 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы медицинского прибора, содержащей утверждения или предположения о наличии у потребителей рекламы тех или иных заболеваний либо расстройств здоровья;
- признаки нарушения пункта 6 части 1 статьи 24 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы медицинского прибора, способствующей созданию у здорового человека впечатления о необходимости применения объекта рекламирования;
- признаки нарушения пункта 7 части 1 статьи 24 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы медицинского прибора, создающей впечатление ненужности обращения к врачу;
- признаки нарушения пункта 8 части 1 статьи 24 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы медицинского прибора, гарантирующей положительное действие объекта рекламирования, его безопасность, эффективность и отсутствие

побочных действий;

- признаки нарушения части 6 статьи 24 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы медицинского прибора, в которой сообщаются свойства, характеристики, способы применения и использования медицинского изделия, не содержащиеся в утвержденной в установленном порядке инструкции по применению и использованию рекламируемого изделия.

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

ООО «Здоровье» (адрес: 109428, г. Москва, ул. Зарайская, д. 21) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц за основным государственным регистрационным номером 1117746787685, ИНН 7721737749, КПП 772101001.

Медицинское изделие «Биокорректор Люкс» зарегистрировано в установленном законодательством Российской Федерации порядке под номером ФСР 2012/14041 от 02.11.2012.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, рекламой является 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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе, объектом рекламирования является 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.

Согласно пункту 3 статьи 3 Закона о рекламе, под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Ведущий приводит контактные сведения ООО «Здоровье» (адрес: 109428, г. Москва, ул. Зарайская, д. 21, ОГРН 1117746787685). Указанная

реклама построена в форме диалога, в которой ведущий обсуждает с гостем новые методы лечения организма человека на микрополяризационном уровне, в том числе методы лечения заболеваний посредством медицинского прибора «Биокорректор Люкс», а также о положительных свойствах указанного медицинского прибора.

Информация распространялась в эфире радиостанции «Радио России», а следовательно, была доступна для восприятия неопределенному кругу лиц.

При этом, под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации как направленность для неопределенного круга лиц означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Резюмируя изложенное, рассматриваемая информация отвечает всем законодательно установленным признакам рекламы, а именно: содержит объект рекламирования, распространялась неопределенному кругу лиц и, исходя из способа распространения и содержания, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, а следовательно является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе.

Данный вывод ООО «Здоровье» не оспаривается, а также подтверждается представленными в адрес Московского УФАС России договором с рекламодателем.

Согласно части 6 статьи 24 Закона о рекламе, сообщение в рекламе о свойствах и характеристиках, в том числе о способах применения и использования, лекарственных препаратов и медицинских изделий допускается только в пределах показаний, содержащихся в утвержденных в установленном порядке инструкциях по применению и использованию таких объектов рекламирования.

Согласно представленным в адрес Московского УФАС России документам и сведениям, вся информация о свойствах и характеристиках медицинского изделия, содержащаяся в эфире радиостанции «Радио России», указана в инструкции по применению аппарата физиотерапевтического для биоуправляемой микрополяризации «Биокорректор люкс».

На основании изложенного, Комиссией Московского УФАС России факта нарушения части 6 статьи 24 Закона о рекламе, при распространении рекламы, не установлено.

Согласно пункту 6 части 1 статьи 24 Закона о рекламе, реклама лекарственных средств не должна способствовать созданию у здорового человека впечатления о необходимости применения объекта рекламирования.

Проанализировав представленные материалы и сведения, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что реклама медицинского прибора «Биокорректор Люкс» не содержит сведения о необходимости применения объекта рекламирования здоровому человеку.

На основании изложенного, Комиссией Московского УФАС России факта нарушения пункта 6 части 1 статьи 24 Закона о рекламе, при распространении реклама медицинского прибора «Биокорректор Люкс», не установлено.

Согласно пункту 8 части 1 статьи 24 Закона о рекламе, реклама лекарственных средств не должна гарантировать положительное действие объекта рекламирования, его безопасность, эффективность и отсутствие побочных действий.

Создание впечатления об эффективности медицинского прибора возможно путем указания на факт его положительного влияния на течение болезней, в том числе конкретных, их развития и предупреждения, а также указание на факт положительного влияния такого объекта на нарушения функций органов или систем организма, повреждения, патологические состояния.

В соответствии с пунктом 17 Медицинских критериев определения степени тяжести вреда, причиненного здоровью человека, утвержденных Приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 24.04.2008 № 194н, расстройство здоровья состоит во временном нарушении функций органов и (или) систем органов, непосредственно связанное с повреждением, заболеванием, патологическим состоянием, обусловившее временную нетрудоспособность.

Таким образом, создание впечатления об эффективности медицинского изделия возможно путем указания на факт его положительного влияния на течение болезней, в том числе конкретных, их развития и предупреждения, а также указание на факт положительного влияния такого объекта на нарушения функций органов или систем организма, повреждения, патологические состояния.

Содержание в рекламе медицинского прибора «Биокорректор Люкс» следующих утверждений: «Как раз аппарат «Биокорректор Люкс», дорогие друзья, он лечит с использованием метода микрополяризации, то есть он действительно лечит клетки организма человека», «...он идеально подходит для пожилых людей у которых уже в хроническую форму всякие болячки перешли», «...гипертония, атеросклероз, сахарный

диабет, артрит, артрозы, остеохондрозы — все это, в основном, встречается тогда, когда человеку, скажем, уже за 60-70 лет. Вот именно для таких возрастов «...» разрабатывался «Биокорректор Люкс», для того, чтобы помочь человеку по данным тяжелым заболеваниям. То есть, во-первых, Вы поймите, Вы можете взять прибор на всю семью, потому что прибор имеет функцию автонастройки. Он сам определяет заболевание, сам начинает программу лечения и сам ее завершает.», «Мало того, что здесь практически все возрастные болезни лечатся — сердечно-сосудистые, суставные, эндокринные и даже желудочно-кишечный тракт, так здесь еще минимум побочных эффектов и противопоказаний, что тоже очень важно!», указывает на положительное влияние данного изделия на течение и продолжительность болезней, что может создать у потребителей рекламы впечатление гарантированной эффективности прибора.

Исходя из буквального прочтения рекламы медицинского прибора «Биокорректор Люкс» следует, что она наряду с указанием заболеваний (расстройств здоровья) прямо указывает на возможность положительного влияния данного прибора на течение болезней, в том числе, конкретных. При этом, рассматриваемая реклама не содержит каких-либо указаний на возможность того, что положительный эффект от использования медицинского прибора «Биокорректор Люкс» не будет достигнут.

Согласно пункту 7 части 1 статьи 24 Закона о рекламе, реклама лекарственных средств не должна создавать впечатление ненужности обращения к врачу.

Между тем, в рассматриваемой рекламе содержатся утверждения: «Ставит точный диагноз, в отличие от врача не ошибается и с максимальной отдачей лечит», «...Вы можете взять прибор на всю семью, потому что прибор имеет функцию автонастройки. Он сам определяет заболевание, сам начинает программу лечения и сам ее завершает».

Таким образом, из рекламы следует, что «Биокорректор Люкс» может самостоятельно применяться всеми возрастными категориями лиц, поскольку аппарат «сам определяет заболевание, сам начинает программу лечения и сам ее завершает», а наличие в рекламе утверждения «ставит точный диагноз, в отличие от врача не ошибается», дополнительно подчеркивает отсутствие необходимости в получении предварительной консультации специалиста (врача).

При этом необходимо отметить, что медицинское изделие «Биокорректор Люкс», согласно сведениям государственного реестра медицинских изделий и организаций (индивидуальных предпринимателей), осуществляющих производство и изготовление медицинских изделий, относится к медицинским изделиям класса потенциального риска «2а», что учитывая положения приложения № 2 к приказу Минздрава России от 06.06.2012 № 4Н «Об утверждении номенклатурной классификации медицинских изделий», соответствует средней степени риска.

Инструкция по применению названного медицинского изделия содержит ряд противопоказаний к его применению/использованию, в том числе: злокачественные новообразования, нарушения свертываемости крови, острые нарушения мозгового и коронарного кровообращения, беременность, эпилепсия, наличие у пациента имплантируемого электрокардиостимулятора и пр.

Учитывая вышеизложенные обстоятельства, представляется очевидным, что самостоятельное применение (использование) медицинского изделия «Биокорректор Люкс», без предварительной консультации врача, является небезопасным и связано с риском для здоровья потребителей, в то время как в спорной рекламе утверждается обратное.

Согласно пункту 5 статьи 24 Закона о рекламе, реклама лекарственных средств не должна содержать утверждения или предположения о наличии у потребителей рекламы тех или иных заболеваний либо расстройств здоровья.

Так, в рекламе сообщается: «...он лечит с использованием метода микрополяризации, то есть он действительно лечит клетки организма человека», «он идеально подходит для пожилых людей которых уже в хроническую форму всякие болячки перешли», «гипертония, атеросклероз, сахарный диабет, артрит, артрозы, остеохондрозы — все это, в основном, встречается тогда, когда человеку, скажем, уже за 60-70 лет. Вот именно для таких возрастов «...» и разрабатывался «Биокорректор Люкс», для того, чтобы помочь человеку по данным тяжелым заболеваниям».

Таким образом, в рассматриваемой рекламе в утвердительной форме говорится о том, что у пожилых людей встречаются такие болезни, как гипертония, атеросклероз, сахарный диабет и т. д. Наличие таких утверждений в совокупности с информацией о том, что данный прибор разрабатывался именно для пожилых людей, приводит к созданию у потребителя рекламы впечатления о наличии у данной возрастной группы определенных заболеваний, в том числе и тяжелых.

Таким образом, при распространении рекламы «Биокорректор Люкс» выявлены факты нарушения пунктов 5, 7, 8 части 1 статьи 24 Закона о рекламе

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, является ненадлежащей.

Таким образом, реклама аппарата «Биокорректор Люкс»,

содержащая признаки нарушения пунктов 5, 7, 8 части 1 статьи 24 Закона о рекламе, является ненадлежащей.

Рассматриваемая реклама размещалась на основании Договора № РТРК-111117-003 от 17.11.2011, Договора № РТРК-131218-001 от 18.12.2013, Договора № РТРК-140905-001 от 05.09.2014 (далее - Договор), заключенного между ЗАО «Видео Интернешнл — Радио» и ООО «Здоровье».

В соответствии с пунктом 2.1 Договора, ООО «Здоровье» заказывает, а ЗАО «Видео Интернешнл — Радио», действуя в качестве агента на основании соответствующего договора, заключенного с ФГУП «ВГТРК», обязуется оказать услуги по проведению рекламных кампаний в рамках рекламных проектов ООО «Здоровье», путем размещения рекламы в эфире одного или нескольких каналов в соответствии с условиями настоящего Договора.

В соответствии с пунктом 3.1 Договора, предоставляемые ООО «Здоровье» рекламные материалы по своему содержанию и оформлению должны соответствовать требованиям действующего законодательства Российской Федерации о рекламе и ООО «Здоровье» гарантирует ЗАО «Видео Интернешнл — Радио» соответствие рекламы законодательству Российской Федерации.

Исходя из вышеизложенного, Комиссией Московского УФАС России установлено, что рекламодателем указанной рекламы является ООО «Здоровье».

Согласно части 6 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных статьей 24 Закона о рекламе, несет рекламодаделец.

Таким образом, установлено нарушение ООО «Здоровье» пунктов 5, 6, 7, 8 части 1 статьи 24 Закона о рекламе.

ООО «Здоровье» в материалы дела не представлены материалы, документально подтверждающие прекращение распространения рассматриваемой рекламы с нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе.

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Между тем, предписание само по себе направлено именно на устранение нарушений, выявленных при рассмотрении конкретного дела, и не является мерой ответственности стороны, исходит из выбранного уполномоченным органом способа защиты общественных отношений, исходя из положений Закона о рекламе, а также законных прав потребителей, конкурентов и иных заинтересованных лиц.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи ООО «Здоровье» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 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 Российской Федерации от 17 августа 2006 года № 508,

РЕШИЛА:

1. Признать распространенную ООО «Здоровье» рекламу прибора «Биокорректор Люкс» в эфире радиостанции «Радио России», ненадлежащей в связи с нарушением требований пунктов 5, 7, 8 части 1 статьи 24 Закона о рекламе.
2. Выдать ООО «Здоровье» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского УФАС России для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в течение трех месяцев со дня его принятия в Арбитражный суд г. Москвы в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.