

ОПРЕДЕЛЕНИЕ
О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА №2/15 ПО ПРИЗНАКАМ НАРУШЕНИЯ
ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
О РЕКЛАМЕ

«12» января 2015 г.

г. Новосибирск

Председатель Комиссии Новосибирского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, Т.В. Лопаткина – заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы, рассмотрев материалы в отношении закрытого акционерного общества «Издательский дом «Комсомольская правда» (далее - ЗАО «ИД «Комсомольская правда»; ИНН 7714037217; 127287, г. Москва, Петровско-Разумовский Старый проезд, 1/23, стр.1) и индивидуального предпринимателя Занина И.Ф.,

УСТАНОВИЛ:

В адрес Новосибирского УФАС России поступило заявление физического лица (№12055 от 07.11.14 г.) по факту размещения в Новосибирском региональном приложении газеты «Комсомольская правда» от 28.08.2014 г. рекламы продукции с наименованием «Бальзам «Ерш здоровья», создающей впечатление, что рекламируемый продукт является лекарственным средством, при этом, рассматриваемая реклама содержит пометку, что бальзам «Ерш здоровья» не является лекарственным средством, что указывает на признаки нарушения Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

Как было установлено Новосибирским УФАС России, в региональном (Новосибирском) приложении к газете «Комсомольская правда» (выпуск №035-т от 28.08.2014 г.) на странице 38 размещалась информация о бальзаме «Ерш здоровья», в т.ч. следующего содержания:

«Бальзам «Ерш здоровья» Когда исцеляет сама природа

...В одной из больниц Ростова-на-Дону в отделении онкологии произошел случай, оставшийся загадкой для врачей. В недоумении они наблюдали, как один очень пожилой пациент, уже давно не встающий с постели и находящийся на последней стадии заболевания, однажды утром «повернулся» к жизни. Он перестал кричать от боли, начал нормально питаться ми даже самостоятельно выходить на прогулки...

Как удалось нам выяснить, накануне этого знаменательного дня вечером к больному пришла жена, принесла цветные коробочки с непонятным содержимым, напоминающим вязкий порошок. С этого все и началось – врачи недоумевали, больной и родственники радовались исцелению. А чудодейственный порошок, который помог избежать, казалось бы неизбежного, называется бальзам «Ерш

здоровья»....

... Десятки тысяч людей с помощью «Ерша здоровья» справились со своими недугами. Это остеохондроз и радикулит, холецистит и почечнокаменная болезнь, расстройство щитовидной железы и большое количество случаев онкологических заболеваний. Высокоэффективен «Ерш здоровья» и при лечении сердечнососудистых заболеваний. Случалось, он помогал и больным с рассеянным склерозом, хотя это заболевание считается неизлечимым...

...Это истории людей, которые сумели превозмочь свои болезни и обрели здоровье так, как об этом написано... Есть у нас в доме жильцы, с первого этажа, дедуля с бабулей (88 и 83 года). Давно божьи одуванчики из дома почти не выходят, только по своим одуванчиковым делам. Бабушка страдает от диабета. Болезнь ее «трясла» и «корёжила», она стала разбитой и больной. А у деда отказывали почки. На днях, когда я сидела на скамейке в парке, я увидела пару. Они оставили свой автомобиль под старым дубом, включили джазовую музыку и стали танцевать медленный танец. Они держались за руки и не сводили глаз друг с друга. Выглядели они бодрыми и энергичными, но поражал их дух, что сиял еще ярче, чем они. Потом я узнала дедулю-профессора из подъезда и бабушку Лизу. Рассказали они, что на годовщину свадьбы привезли им внуки чудной подарок «Бальзам «Ерш здоровья». Что и сами они не ожидали такого оздоровления (в их то годы!). А еще детскую свою мечту воплотили – побывали первый раз на море. Чудо! Очень ждем «Бальзам «Ерш здоровья». «...».

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 профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий.

В рассматриваемой рекламе содержится указание на лечебные свойства продукта «Бальзам «Ерш здоровья», а также пометка о том, что данный продукт не является лекарственным средством.

Согласно сертификату соответствия № РОСС RU.АГ83.Н01398 от 15.10.2012 продукция «Ерш здоровья» является безалкогольным напитком. В связи с вышеизложенным, указанный в рассматриваемой рекламе бальзам «Ерш здоровья» не является лекарственным средством. Поскольку рекламируемая продукция не зарегистрирована как лекарственное средство, то есть таковым не является, то исключена возможность указания в рекламе этой продукции на её лечебные свойства, то есть положительное влияние на течение болезни. Таким образом, рассматриваемая реклама содержит признаки нарушения п.6 ч.5 ст.5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частями 6, 7 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований п.6 ч.5 ст.5 несет рекламодатель и рекламодатель.

Как следует из документов и сведений, представленных ЗАО «Издательский дом «Комсомольская правда» (далее – ЗАО «ИД «Комсомольская правда») рассматриваемая реклама размещалась ИП Заниным И.Ф. «...».

В соответствии с понятиями, установленными Федеральным законом «О рекламе», рекламодателем признается изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (п.5 ст.3), рекламораспространителем - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (п.7 ст.3).

Таким образом, рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ЗАО «ИД «Комсомольская правда», рекламодателем - ИП Занин. Следовательно, в действиях указанных лиц содержатся признаки нарушения требований, установленных п.6 ч.5 ст.5 Федерального закона «О рекламе».

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу №2/15 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

заявитель – физическое лицо <...>,

лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ЗАО «ИД «Комсомольская правда»; ИНН 7714037217; 127287, г. Москва, Петровско-Разумовский Старый проезд, 1/23, стр.1);

лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ИП Занин И.Ф. «...».

3. Назначить дело №2/15 к рассмотрению на «26» февраля 2015 г. в 10:30 по адресу г. Новосибирск, ул. Кирова, д.3, к.1007.

4. ЗАО «ИД «Комсомольская правда» в срок до «24» февраля 2015 г. представить в адрес Новосибирского УФАС России следующие документы и сведения:

- учредительные документы (устав, свидетельство о регистрации юридического лица, свидетельство о постановке на учет в налоговом органе, документ, подтверждающий полномочия руководителя);

- сертификат соответствия № РОСС RU.АГ83.Н01398 от 15.10.2012 г.;

- отзыв на данное определение.

5. ИП Занину И.Ф. в срок до «24» февраля 2015 г. представить в адрес Новосибирского УФАС России следующие документы и сведения:

- свидетельство о регистрации в качестве ИП, свидетельство о постановке на учет в налоговом органе;

- сертификат соответствия № РОСС RU.АГ83.Н01398 от 15.10.2012 г.;

- отзыв на данное определение.

Согласно ч. 6 ст.19.8 Кодекса РФ об административных правонарушениях, непредставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных законодательством о рекламе, а равно представление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо представление недостоверных сведений (информации) влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двух тысяч до десяти тысяч рублей; на юридических лиц - от двадцати тысяч до двухсот тысяч рублей.

Явка представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, с надлежащим образом оформленной доверенностью на участие в рассмотрении дела №2/15 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, обязательна.