

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о наложении штрафа по делу №163 об административном правонарушении

22 мая 2014 г.

г. Ставрополь

Заместитель руководителя управления Федеральной антимонопольной службы по Ставропольскому краю Сапунов Д.Н.,

рассмотрев материалы административного дела №163, возбужденного 10.04.14г. в отношении ООО «Висма Люкс» /344090, г. Ростов-на-Дону, ул. Доватора, д.146 «Н» <.....>/ по факту нарушения пункта 2 части 3 статьи 5 и пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38 - ФЗ «О рекламе»,

в присутствии представителей ООО «Висма Люкс» - <.....> (доверенность б/н от 06.05.2014), <.....> (доверенность б/н от 06.05.2014), <.....> (доверенность №2 от 10.01.2014) и <.....> (доверенность №1 от 10.01.2014),

УСТАНОВИЛ:

В журнале «PRO vita» №5(24) октябрь 2013г. была распространена реклама «Следующего содержания: « АРХЫЗ. Природная горная вода на каждый день. Архыз природная горная вода.+антиоксидант=Живица инновационный функциональный напиток. №1 в мире в профилактике заболеваний. Природный антиоксидант Флавомикс.Энергия чистой воды. Профилактика и избавление от аллергии. ООО «Висма Люкс» г. Пятигорск, тел.: (8793) 399-888, (8793)399798, 8 928-320-1937. [www.VISMAYUG.ru](http://www.VISMAYUG.ru)».

Даная реклама указывает на лечебные свойства, то есть положительное влияние на течение болезни, объекта рекламирования.

Кроме того, данная реклама содержит не соответствующие действительности сведения о потребительских свойствах рекламируемого товара.

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ "О рекламе", реклама-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.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с пунктом 2 части 3 статьи 5 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006 г. "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, наличия сертификата соответствия ли декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы,

сроках годности товара.

В соответствии с пунктом 6 части 5 статьи 5 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006 г. "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.

Рекламодателем вышеуказанной рекламы является ООО «Висма Люкс» /344090, г. Ростов-на-Дону, ул. Доватора, д.146 «Н» <.....>/.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ "О рекламе", ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 2 части 3 статьи 5 и пунктом 6 части 5 статьи 5 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ «О рекламе», несет рекламодатель.

22.05.2014 в адрес Ставропольского УФАС России поступили письменные возражения на протокол об административном правонарушении ООО «Висма Люкс», в которых Общество указывает, что несогласно с допущенным нарушением Федерального закона «О рекламе», так как в тексте спорной рекламы Общество указывает на научно установленные фармакологические свойства компонентов БАДов, которые входят в состав рекламируемого напитка, а значит, реклама соответствует требованиям ФЗ «О рекламе». Кроме того, Общество указывает, что в тексте рекламы не используются выражения и словосочетания, создающие впечатление о положительном влиянии рекламируемого напитка на течение болезни.

Указанные доводы ООО «Висма Люкс» несостоятельны по следующим основаниям.

Согласно свидетельства о государственной регистрации №RU.77.99.11.003. E.003392.12.10 от 06.12.2010г. продукция - «Флавомикс-Р» - является биологически активной добавкой и используется для производства и реализации в пищевой промышленности для обогащения пищевых продуктов, в т.ч. безалкогольных напитков флавоноидами (кроме продуктов детского питания) в качестве сырья при производстве биологически активных добавок к пище.

Аллергия-это особая реакция организма, возникающая вследствие контакта с чужеродными белками, сопровождающаяся активацией определенной группы клеток, которая приводит к выбросу в межклеточное пространство гистамина, биологически активные эффекты которого обуславливают появление таких клинических симптомов аллергии, как сыпь, зуд, покраснение.

В рекламе напитка «Архыз+антиоксидант= Живица» указывается на избавление от аллергии (симптоматика заболевания), и одновременное упоминание данного продукта как средства, оказывающего лечебно-профилактический эффект (профилактика и избавление от аллергии).

Это свидетельствует о намерении рекламодателя привлечь внимание покупателей к рекламируемому товару именно как к средству, оказывающему профилактическое и лечебное воздействие.

Описание влияния компонентов напитка «Архыз+антиоксидант= Живица» - Бада

«Флавомикс-Р» и препарата «Дигидрокверцетин» на организм человека является описанием влияния самих БАДов, поскольку употребить отдельно компоненты БАДов невозможно.

Следовательно, БАДы в силу своих свойств и назначения не являются лекарственными средствами, а являются дополнительным источником пищевых и биологически активных веществ для органов и систем организма человека.

Целебные свойства БАДа «Флавомикс-Р» официальной медициной не подтверждены, что исключает возможность на указание таких свойств в рекламе.

При производстве рекламируемого напитка с добавлением БАД клинические исследования не проводятся.

Представленное ООО «Висма Люкс» заключение Филиала №6 ФГБУ «ЗЦВКГ им. А.А. Вишневого» и результаты краткосрочного исследования раствора дигидрокверцетина+аскорбиновой кислоты в напитке безалкогольном «Архыз+антиоксидант=Живица» на основе минеральной природной питьевой столовой воды «Архыз» не подтверждает проведение исследования пациентов с каким – либо типом аллергии. Так согласно результатам, проведенного исследования у пациентов наблюдалось:

Снижение холестерина крови.

Улучшение фона настроения.

Повышение работоспособности.

Улучшение «Общего самочувствия» и уменьшение усталости в конце дня.

Нормализация перистальтики кишечника.

Согласно представленным комментариям к Научному обоснованию клинического исследования раствора дигидрокверцетина+аскорбиновой кислоты в напитке безалкогольном «Архыз+антиоксидант=Живица» с содержанием действующего вещества в 1 бут (330 мл.-70мг. – по результатам западных исследований установлено, что дигидрокверцетин обладает антигестаминным эффектом. Так как рекламируемый напиток содержит в себе раствор дигидрокверцетина, руководитель вышеуказанного исследования сделал вывод о том, что данный напиток способен облегчать такие симптомы аллергии как зуд, сыпь и покраснение.

Следовательно, документального подтверждения утверждения того, что в результате применения продукция «Архыз+антиоксидант= Живица» оказывает лечебно-профилактический эффект (профилактика и избавление от аллергии) не представлено.

Согласно пункту 23 Пленума ВАС РФ от 8 октября 2012 г. N 582, пункт 1 части 1 статьи 25 Закона о рекламе устанавливает запрет в рекламе биологически активных добавок и пищевых добавок создавать впечатление о том, что они являются лекарственными средствами и (или) обладают лечебными свойствами.

При применении данной нормы следует учитывать, что реклама биологически

активных добавок (пищевых добавок) может быть признана создающей впечатление, что они являются лекарственными средствами, то есть обладают лечебным эффектом, тем более, если в такой рекламе содержится название заболевания (или его симптоматика) и одновременное упоминание продукта как средства, оказывающего лечебно-профилактический эффект.

К аллергическим заболеваниям относятся бронхиальная астма, крапивница, отеки Квинке, сенная лихорадка, экзема, аллергический ринит, аллергический фарингит, аллергический ларингит, аллергический трахеит, аллергический бронхит, аллергический конъюнктивит и др. Аллергические реакции играют большую роль в развитии таких тяжелых заболеваний, как ревматизм, гломерулонефрит, системная красная волчанка, геморрагическая пурпура и др.

Указание в рекламе «профилактика и избавление от аллергии» создает впечатление у потребителей рекламы, не осведомленных в медицинской терминологии о том, что употребление напитка «Архыз+антиоксидант= Живица» действительно избавит их от аллергии.

Следовательно, в рекламе напитка «Архыз+антиоксидант=Живица» содержатся не соответствующие действительности сведения о потребительских свойствах товара, что является нарушением пункта 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе; указывается на лечебные и профилактические свойства, что не допускается в силу пункта 6 части 5 статьи 5 Закона о рекламе; создается впечатление о том, что они обладают лечебными свойствами.

Таким образом, ООО «Висма Люкс» /344090, г. Ростов-на-Дону, ул. Доватора, д.146 «Н» <.....>/ допущены нарушения пункта 2 части 3 статьи 5 и пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ "О рекламе", выразившиеся в распространении рекламы, содержащей не соответствующие действительности сведения о потребительских свойствах товара и указывающей на лечебные свойства, то есть положительное влияние на течение болезни, объекта рекламирования.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях:

Нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 4 настоящей статьи, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, - влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

У ООО «Висма Люкс» имелась возможность обеспечить соблюдение законодательства о рекламе при распространении рекламы, но общество не приняло к тому разумных и адекватных мер, не проявило должную степень заботливости и осмотрительности, не организовало соответствующий контроль за соблюдением требований действующего законодательства, что является основанием в соответствии со ст. 2.1 КоАП РФ для признания ООО «Висма Люкс» виновным в совершении административного правонарушения.

Должностное лицо не находит в действиях ООО «Висма Люкс» обстоятельств, отягчающих или смягчающих административную ответственность.

Руководствуясь пункт 2 части 3 статьи 5 и пункт 6 части 5 статьи 5 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ "О рекламе", а также статьями 2.1, 4.1, 4.2, 4.3, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

Признать ООО «Висма Люкс» /344090, г. Ростов-а-Дону, ул. Доватора, д.146 «Н» <.....>/ нарушившим пункт 2 части 3 статьи 5 и пункт 6 части 5 статьи 5 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ "О рекламе".

Назначить ООО «Висма Люкс» /344090, г. Ростов-на-Дону, ул. Доватора, д.146 «Н» <.....>/ наказание за нарушение законодательства о рекламе, предусмотренное частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в виде административного штрафа в размере ста одной (101 000) тысячи рублей.

В соответствии с частью 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее 60 дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с частью 1 статьи 20.25 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях неуплата административного штрафа в срок, влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа либо административный арест на срок до пятнадцати суток.

Суммы штрафов, уплаченных за нарушения законодательства о рекламе, зачисляются по следующим реквизитам:

«Получатель» - УФК МФ РФ по СК (Ставропольское УФАС России), ИНН 2634003887, КПП 263401001, ГРКЦ ГУ Банка России по Ставропольскому краю г. Ставрополь, р/с 40101810300000010005,

БИК 040702001, ОКТМО 07701000,

Код доходов бюджета 161 1 16 26000 01 6000 140.

Назначение платежа: штраф за нарушение законодательства о рекламе

В трехдневный срок со дня уплаты штрафа ООО «Висма Люкс» надлежит представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Ставропольскому краю надлежащим образом заверенные копии платежных документов об уплате штрафа.

В случае отсутствия документа, свидетельствующего об уплате

административного штрафа, по истечении шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу, должностное лицо, вынесшее постановление, примет решение о привлечении лица, не уплатившего административный штраф, к административной ответственности по статье 20.25 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с пунктом 3 части 1 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу либо в судебном порядке по месту рассмотрения дела в течение 10 суток со дня вручения или получения копии постановления.