

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Новгородской области (далее – Новгородское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: <...>, рассмотрев дело № 7 от 19.02.2010 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения Индивидуальным предпринимателем <...> (далее – ИП <...>) рекламного объявления биологически активной добавки «Фитокомплекс «Гепар фито» под заголовком «25 трав, возвращающих здоровье», распространённого в газете «Новгород» от 10 декабря 2009 года на 14 странице и содержащей признаки ненадлежащей, в присутствии представителей:

лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ИП <...> – на рассмотрение дела не явился, о месте и времени рассмотрения дела надлежащим образом извещён (исх. № 795/03 от 19.02.2010 Новгородского УФАС России);

заинтересованное лицо – Общество с ограниченной ответственностью «РА «МассМедиа» - на рассмотрение дела не явилось, о месте и времени рассмотрения дела надлежащим образом извещено (исх. № 795/03 от 19.02.2010 Новгородского УФАС России);

заинтересованное лицо – Муниципальное автономное учреждение «Редакция газеты «Новгород» - на рассмотрение дела не явилось, о месте и времени рассмотрения дела надлежащим образом извещено (исх. № 795/03 от 19.02.2010 Новгородского УФАС России),

УСТАНОВИЛА:

В ходе проверки специалистами Новгородского УФАС России рекламы в средствах массовой информации (СМИ) на предмет ее соответствия требованиям законодательства Российской Федерации установлено, что в газете «Новгород» (свидетельство Управления Федеральной службы по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия по Северо-Западному федеральному округу ПИ № ФС2-8595 от 10.05.2007) от 10 декабря 2009 года на 14 странице распространено рекламное объявление биологически активной добавки «Фитокомплекс «Гепар фито» под заголовком «25 трав, возвращающих здоровье».

В данной рекламе сообщалось следующее:

«...Система из 25 трав «Гепар» используется для лечения тяжёлых заболеваний крови, онкологических заболеваний, гепатитах, желтухе и даёт превосходные результаты...традиционно используется при лечении тяжёлых лёгочных заболеваний: бронхопневмония, силикоз лёгких, двухсторонняя пневмония, гнойная пневмония, туберкулёзы, саркоидоз лёгких. Быстро и эффективно снимает кашель... используется сбор при лечении гинекологических заболеваний у женщин, урологических заболеваний у мужчин. Великолепно лечатся (без операций) аденома предстательной железы, простатиты... сбор также применяется после различных операций, чтобы человек быстро восстановился и пришёл в норму... сбор очищает кровь, омолаживает, останавливает органическое поражение печени. Используется при таких заболеваниях как холецистит, панкреатит... язва желудка и 12-пёрстной кишки зарубцовывается за 7-10 дней при лечении сбором 25 трав, и не беспокоит человека очень длительное время... великолепно действует сбор при лечении органов зрения – различного рода катаракты, гнойные конъюнктивиты, возрастные изменения, при лечении глазных травм (восстановление зрительного нерва), при лечении внутричерепного давления (артериальная гипертонзия)... дана весьма высокая оценка использования сбора в лечении и профилактике таких заболеваний как стенокардия, аритмия и ишемия... и др.».

Следовательно, в данной рекламе приводится информация, создающая впечатление о том, что биологически активная добавка «Фитокомплекс «Гепар фито» (сбор «25 трав») обладает лечебными свойствами при различных заболеваниях и может применяться в медицинских целях.

Также, в данной рекламе содержались ссылки на конкретные случаи излечения людей, улучшения из состояния в результате применения биологически активной добавки «Фитокомплекс «Гепар фито» (сбор «25 трав») и содержание выражения благодарности физическими лицами в связи с этой добавки, далее по тексту: «... Спасибо Вам. Не знаю, чтобы делали без вашего эффективного сбора. Наша семья приобрела сбор случайно, но ничуть об этом не жалею. За три месяца мы вылечили: у меня - язву желудка с 2002 года 1,8 на 4 см. и холецистит; ангину и простуду – у детей. У мужа, к его удивлению, исчезли простатит и неполадки со стулом. А раньше то запор, то понос. Принимал он сбор 1 месяц, одним словом – доволен! Сноха за 3 месяца избавилась от уродливых сосудистых узлов и синевы под кожей (варикозное расширение вен). И ещё многим он помог, низкий поклон вам. <...>, г. Ростов-на-Дону... Уже не первый год меня беспокоит паховая грыжа. Она причиняет мне дискомфорт и боль. «Гепар» помог мне избавиться от ужасной боли и грыжа начала окольцовываться. Благодарю Вас за прекрасный продукт. <...> ... и др.».

В соответствии с пунктом 6 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 (далее – Закон 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.

В соответствии с частью 1 статьи 25 Закона о рекламе реклама биологически активных добавок и пищевых добавок не должна: создавать впечатление о том, что они являются лекарственными средствами и (или) обладают лечебными свойствами; содержать ссылки на конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния в результате применения таких добавок; содержать выражение благодарности физическими лицами в связи с применением таких добавок.

Согласно свидетельству о государственной регистрации от 09.09.2008 № 77.99.23.3.У.7729.9.08 «Фитокомплекс «Гепар фито» является биологически активной добавкой к пище. Следовательно, на неё распространяются ограничения, связанные с рекламой биологически активных добавок.

Как следует из письма рекламодателя вышеуказанного рекламного объявления – Муниципального автономного учреждения «Редакция газеты «Новгород» (далее – МАУ «Редакция газеты «Новгород») (исх. № 283 от 18.12.2009) и приложенных к нему документов (копии договора на размещение рекламы от 04.12.2009, копии счёта на оплату № 1966 от 03.12.2009, копии платёжного поручения № 618 от 07.12.2009, оригинал-макета рассматриваемого рекламного объявления), его рекламодателем и рекламопроизводителем являлось Общество с ограниченной ответственностью РА «МассМедиа» (далее – ООО РА «МассМедиа»).

В свою очередь, как следует из писем ООО РА «МассМедиа» (вх. № 6932э от 21.12.2009 и вх. № 7134 от 29.12.2009 Новгородского УФАС России) и приложенных к ним документов (копии санитарно-эпидемиологического заключения биологически активной добавки к пище «Фитокомплекс «Гепар фито», копии свидетельства о государственной регистрации биологически активной добавки к пище «Фитокомплекс «Гепар фито» от 09.09.2008 № 77.99.23.3.У.7729.9.08, копии свидетельства о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя от 15.10.2009, копии свидетельства о постановке на учёт в налоговом органе физического лица по месту жительства на территории Российской Федерации от 24.10.2002, копии оригинал-макета рассматриваемого рекламного объявления, копии договора об оказании рекламных услуг от 02.12.2009 № 20, копии квитанции-договора № 907707), рекламодателем вышеуказанного рекламного объявления является ИП <...>.

Как следует из письма Управления Федеральной миграционной службы по Пермскому краю исх. № МС 13/1-249 от 30.12.2009, по

данном учёта отдела адресно-справочной работы УФМС России по Пермскому Краю <...>, зарегистрирован по адресу: Пермский край, <...>.

На рассмотрение дела ИП <...>, ООО «РА «МассМедиа» и МАУ «Редакция газеты «Новгород» не присутствовали. О месте и времени рассмотрения дела надлежащим образом извещены (исх. № 795/03 от 19.02.2010 Новгородского УФАС России). Мотивированных ходатайств от ИП <...> и ООО «РА «МассМедиа» не поступало. От МАУ «Редакция газеты «Новгород» поступило ходатайство о рассмотрении без его участия.

Ответственность за нарушение законодательства о рекламе в данной части в соответствии со статьей 38 Закона о рекламе несёт рекламодатель (часть 6 статьи 38 Закона о рекламе). Вместе с тем, в соответствии с частью 8 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, указанных в части 6 статьи 38 Закона о рекламе, несёт рекламопроизводитель в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

Собранные материалы и имеющиеся доказательства свидетельствуют о том, что нарушения законодательства о рекламе в данном случае содержатся в действиях лица, определившего содержание вышеуказанного рекламного объявления, т.е. его рекламодателя – ИП <...>.

Следовательно, ответственность за нарушение пункта 6 части 5 статьи 5 и части 1 статьи 25 Закона о рекламе в данном случае несёт рекламодатель – ИП <...>.

Исследовав материалы дела № 7 от 19.02.2010, Комиссия по рассмотрению дела приходит к следующим выводам.

В рекламе биологически активной добавки «Фитокомплекс «Гепар фито» под заголовком «25 трав, возвращающих здоровье», распространённой на 14 странице газеты «Новгород» от 10 декабря 2009 года, рекламодателем которой является ИП <...>, имеется нарушение пункта 6 части 5 статьи 5 Закона о рекламе, выразившееся в указании на лечебные свойства, то есть положительное влияние на течение болезни биологически активной добавкой к пище «Фитокомплекс «Гепар фито», не являющейся лекарственным средством, а также нарушение части 1 статьи 25 Закона о рекламе, выразившееся соответственно в: создании впечатления о том, что она является лекарственным средством и (или) обладает лечебными свойствами; содержании ссылок на конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния в результате применения биологически активной добавки к пище «Фитокомплекс «Гепар фито»; содержании выражения благодарности физических лиц в связи с применением биологически активной добавки к пище «Фитокомплекс «Гепар фито».

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

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37-42, пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу биологически активной добавки «Фитокомплекс «Гепар фито» под заголовком «25 трав, возвращающих здоровье», распространённую на 14 странице газеты «Новгород» от 10 декабря 2009 года, рекламодателем которой является ИП <...>, поскольку в ней нарушены требования пункта 6 части 5 статьи 5 и части 1 статьи 25 Федерального закона «О рекламе».
2. Выдать ИП <...> обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Новгородского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 01 апреля 2010 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.