

«23» декабря 2011 года

г. Ярославль

Комиссия Ярославского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя управления Паутов И.Г.,  
члены Комиссии: начальник отдела естественных монополий и рекламы Ярославского УФАС России Бай-Бородина Л.Ю., ведущий специалист-эксперт Студенова А.В., специалист 2 разряда Орлова М.И.,

рассмотрев дело № 04-01/65-11, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в связи с обращением Территориального органа Федеральной службы по надзору в сфере здравоохранения и социального развития по Ярославской области (далее Управление Росздравнадзора по Ярославской области) на ненадлежащую рекламу масла «Живица), размещенную в газете «Городские новости», в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – Муниципального Казенного предприятия «Редакция газеты «Городские новости» (далее МКП «Редакция газеты «Городские новости») в лице представителя <...>,

#### УСТАНОВИЛА:

Заявитель - Управление Росздравнадзора по Ярославской области, своевременно извещенное о месте и времени рассмотрения дела, своего представителя для участия в рассмотрении дела не направило, не заявило мотивированного ходатайства об отложении рассмотрения дела. В соответствии с пунктом 30 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Комиссией принято решение о рассмотрении дела в отсутствие заявителя.

В обращении Управления Росздравнадзора по Ярославской области сообщается, что в газете «Городские новости» № 74 (1398) от 14 сентября 2011 г. на странице 24 размещена реклама масла «Живица», содержащая указание на то, что объект рекламирования не является лекарственным средством. Реклама содержит ссылки на конкретные случаи излечения людей, создает впечатление о ненужности обращения к врачу, а также способствует созданию у здорового человека впечатления о необходимости применения данной добавки. Текст рекламной статьи создает впечатление, что объект рекламирования обладает лечебными свойствами, положительно влияет на течение болезни.

Представитель МКП «Редакция газеты «Городские новости» не согласен с тем, что из текста рекламы создается впечатление о том, что данное средство обладает лечебными свойствами и положительно влияет на течение болезни, поэтому считает, что нарушение отсутствует. Средство является дополнительным, профилактическим. Пояснил также, что макет рекламы согласовывался путем переписки по электронной почте.

Рассмотрев материалы дела, заслушав представителя МКП «Редакция газеты «Городские новости», Комиссия пришла к следующим выводам.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламой является

информация, распространяемая 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. Рассматриваемая информация о масле «Живица» обладает вышеперечисленными признаками и, следовательно, является рекламой.

В соответствии с сертификатом соответствия № С-RU.AИ54.B.00037 от 28.12.2009 г. и санитарно-эпидемиологическим заключением № 59.55.16.914.П.003894.12.09 от 28.12.2009, выданными производителю ООО «Большое Загарье», адрес местонахождения: Пермский край, Нытвеский район, ст. Чайковская, ул. Молодежная, 26, рекламируемое средство является маслом растительным с растительными добавками «Живица». В соответствии с Общероссийским классификатором продукции ему присвоен код 914190 – масло растительное из иных маслосодержащих частей растительных масличных культур. Масло растительное – смесь.

В соответствии с частью 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с пунктом 10 части 3 статьи 5 недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о рекомендациях физических или юридических лиц относительно объекта рекламирования либо о его одобрении физическими или юридическими лицами.

Согласно пункта 6 части 5 статьи 5 ФЗ «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 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.

Реклама масла «Живица», размещенная в газете «Городские новости» № 74 (1398) от 14 сентября 2011 на странице 24 содержит указание на лечебные свойства, то есть положительное влияние на течение болезни, объекта рекламирования: «... Результатом является восстановление генетического здоровья каждой клеточки организма. Уже в самом начале применения наблюдается исчезновение острых, болезненных симптомов... Каждое из составляющих «Живицы» само по себе целительно воздействует на здоровье человека... Только перечисление целебных свойств этих компонентов заняло бы целую газетную полосу. Масло же на их основе можно назвать универсальным в плане терапевтического воздействия на организм человека... Масло снижает уровень холестерина в крови, восстанавливает эластичность капилляров, от которых зависит глубинное

кровообращение органов и тканей. В итоге улучшается микроциркуляция крови во всем организме – снижается риск инфарктов, инсультов, облегчается состояние при варикозах и тромбозах. Успешно применяется также при анемии, при заболеваниях печени, почек, поджелудочной железы. Разовое применение масла избавляет от легкой формы изжоги, постоянное – от язвы желудка и двенадцатиперстной кишки. Мишенью «Живицы» становятся дисбактериоз, хронический колит, панкреатит, гепатит, мочекаменная болезнь, цистит, геморрой. «Живица» обладает противовоспалительным, противоопухолевым, противомикробным свойствами и показана при устранении микозов (грибковых заболеваний, герпеса, дерматитов, псориаза, нейродермита, экземы, ожогов, ран, обморожении). Местное применение средства обеспечивает обезболивающий эффект, и потому трудно переоценить «Живицу» при устранении заболеваний опорно-двигательной системы, начиная с пяточной шпоры и заканчивая артрозами, артритами, радикулитом и позвоночной грыжей. «Живица» оказывает общеукрепляющее действие, нормализует давление, снижает метеозависимость, возможно улучшение зрения, в том числе при глаукоме... Масло нормализует работу репродуктивной системы. Мужчинам стоит испытать его целебную силу при простатите, аденоме, снижении потенции... Вот и «Живица» менее чем за десятилетие буквально стала легендой, помогла преодолеть болезни и продлить молодость тысячам людей».

Кроме того, в рекламе содержатся ссылки на конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния в результате применения рекламируемого средства, которое не является лекарственным средством.

Таким образом, в рассматриваемой рекламе масла «Живица» нарушены требования пункта 10 части 3 статьи 5, пункта 6 части 5 статьи 5, пунктов 1 и 2 части 1 статьи 25 ФЗ «О рекламе», поскольку создается впечатление, что масло «Живица» обладает лечебными свойствами, положительно влияет на течение болезни, содержатся ссылки на конкретные случаи излечения людей.

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» за нарушение части 3 статьи 5, части 5 статьи 5, статьи 25 ФЗ «О рекламе» ответственность несет рекламодатель.

В соответствии с частью 8 статьи 38 ФЗ «О рекламе» рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в частях 6 и 7 настоящей статьи, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

Согласно статье 3 ФЗ «О рекламе» рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель – лицо, осуществившее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

МКП «Редакция газеты «Городские новости» представлены договор на размещение рекламно-информационных материалов от 01.01.2011 г., заключенный между МКП «Редакция газеты «Городские новости» и ИП Нигматуллиным Р.С., акт № 00000576 от 14.09.2011 г., счет № 462 от 02.09.2011 г., приходный кассовый ордер № 436 от 21.09.2011 г. в которых не содержится сведений об объекте рекламирования, отсутствует предусмотренный договором согласованный сторонами оригинал-макет рекламы. Кроме того, редакцией представлены свидетельство о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя, свидетельство о постановке на учет в налоговом органе физического лица по месту жительства на территории Российской Федерации, выданные Нигматуллину Р.С., сертификат соответствия № С-RU.AI54.B.00037, санитарно-эпидемиологические заключения №

59.55.16.914.П.003894.12.09 от 28.12.2009 г., № 59.55.16.914.Т.001310.12.09 от 28.12.2009 г. и № 59.55.16.000.М.002090.12.09 от 28.12.2009 г. на масло растительное с растительными добавками «Живица», выданные ООО «Большое Загарье».

На основании представленных в материалы дела документов МКП «Редакция газеты «Городские новости» является лицом, осуществившим приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму, т.е. рекламопроизводителем, допустившим в рассматриваемой рекламе нарушение требований пункта 10 части 3 статьи 5, пункта 6 части 5 статьи 5, пунктов 1 и 2 части 1 статьи 25 ФЗ «О рекламе».

Комиссия не принимает доводы МКП «Редакция газеты «Городские новости» о том, что рекламируются дополнительные, профилактические свойства масла «Живица» и текст рекламы не создает впечатление о лечебных свойствах рекламируемого средства и его положительном влиянии на течение болезни, поскольку это не соответствует тексту рекламной статьи. Не принимаются также доводы о наличии согласованного оригинал-макета рекламы, поскольку в материалы дела не представлен оригинал – макет размещенной в рассматриваемой газете рекламы, согласованный сторонами по договору.

Пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» установлено, что реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, является ненадлежащей.

За данные правонарушения частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях предусмотрена административная ответственность в виде штрафа.

Руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу масла «Живица», размещенную в газете «Городские новости» № 74 (1398) от 14.09.2011, поскольку в ней нарушены требования пункта 10 части 3 статьи 5, пункта 6 части 5 статьи 5, пунктов 1 и 2 части 1 статьи 25 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать МКП «Редакция газеты «Городские новости» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Ярославского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме «12» января 2012 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

И.Г. Паутов

Члены Комиссии

Л.Ю. Бай-Бородина

А.В. Студенова

ПРЕДПИСАНИЕ по делу № 04-01/65-11  
О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

«23» декабря 2011 года

г. Ярославль

Комиссия Ярославского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя управления Паутов И.Г.,

члены Комиссии: начальник отдела естественных монополий и рекламы Бай-Бородина Л.Ю., ведущий специалист-эксперт Студенова А.В., специалист 2 разряда Орлова М.И.

на основании своего решения от «23» декабря 2011 года по делу № 04-01/65-11 о признании ненадлежащей рекламы масла «Живица», размещенной в газете «Городские новости № 74 (1398) от 14.09.2011», поскольку в ней нарушены требования пункта 10 части 3 статьи 5, пункта 6 части 5 статьи 5, пунктов 1 и 2 части 1 статьи 25 ФЗ «О рекламе», в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. МКП «Редакция газеты «Городские новости», адрес: 150000, г. Ярославль, ул. Комсомольская, д. 4, в 5-дневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: распространение рекламы масла «Живица», создающей впечатление, что оно обладает лечебными свойствами, положительно влияет на течение болезни, содержащей ссылки на конкретные случаи излечения людей.

2. МКП «Редакция газеты «Городские новости», адрес: 150000, г. Ярославль, ул. Комсомольская, д. 4, представить в Ярославское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 16 февраля 2012 года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Управление Федеральной антимонопольной службы по Ярославской области вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей, на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии  
Члены Комиссии:

И.Г. Паутов  
Л.Ю. Бай-Бородина  
А.В. Студенова  
М.И. Орлова