

РЕШЕНИЕ

14 декабря 2011г.

г.Барнаул

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, рассмотрев дело № 176-ФАС22-Р/11-11 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения в газете «Резонанс на Алтае» № 74 от 08.10.2011г., рекламы «Волшебный марал», в которой усматриваются признаки нарушения п. 2 ч.3, п. 6 ч.5 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее ФЗ «О рекламе»),

в присутствии:

заявителя - (Алтайский край, г.Барнаул, 656038, ул.Союза Республик);

заинтересованного лица:

учредитель и издатель газеты «Резонанс на Алтае» - ООО «Резонанс» (Алтайский край, г.Барнаул, 656002, пр.Ленина, 93Б), в лице представителя по доверенности Г.;

в отсутствие представителей заинтересованных лиц - производителей рекламируемого медового взвара с кусочками пантов алтайского марала:

ООО «Сашера» (Алтайский край, г.Бийск, 659305, ул. 8 Марта, 24-1);

ООО «Сашера-Эл» (Республика Алтай, г.Горно-Алтайск, пр.Коммунистический, 180).

УСТАНОВИЛА:

представитель ООО «Сашера» на рассмотрение дела не явился, о времени и месте рассмотрения дела Общество извещено своевременно и надлежащим образом (в деле имеется уведомление о вручении почтового отправления).

В соответствии с п.30 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением правительства Российской Федерации от 17.08.2006г. № 508, данное обстоятельство не является препятствием для рассмотрения дела в отсутствие представителя указанного лица.

Определение о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе № 176-ФАС22-Р/11-11, направленное в адрес ООО «Сашера-Эл»: Республика Алтай, г.Горно-Алтайск, пр. Коммунистический, 180, вернулось в антимонопольный орган с пометками отделения почтовой связи: выбытие адресата; адресат по указанному адресу не находится.

Иными данными о месте нахождения ООО «Сашера-Эл» антимонопольный орган не располагает.

04.10.2011г. в Алтайское краевое УФАС России поступило письменное заявление Е. о размещении в газете «Резонанс на Алтае» рекламы о медицинской компании ООО «Сашера» (г.Бийск), производящей мед с порошком пантов алтайского марала, которая не соответствует действительности, так как мед содержит не порошок, а кусочки пантов марала.

В ходе рассмотрения заявления антимонопольным органом указанная реклама выявлена в газете «Резонанс на Алтае» № 74 от 08.10.2011г.

Реклама содержит изображение товара – упаковки и баночки с маркировкой «Мед с кусочками пантов марала»; информацию о медовом взваре с кусочками пантов алтайского марала производства ООО «Сашера» (г.Бийск), подробную информацию о целебных свойствах одного из компонентов взвара - пантов марала, а также содержит отзывы физических лиц, выполненные в форме писем благодарности и содержащие информацию об излечении от различных заболеваний в результате применения меда с кусочками пантов марала.

Размещение рекламы связано с проведением выставки - продажи ограниченной партии медового взвара с кусочками пантов алтайского марала в ДК «Сибэнергомаш» 16 и 17 октября 2011г., указана цена 1 упаковки, профилактический курс – 3 упаковки, при хронических заболеваниях – 6 упаковок. Тел. для справок 8 (913) 242-18-88. Производитель: ООО Сашера (г.Бийск).

Реклама сопровождается предупреждением «Возможна индивидуальная непереносимость продуктов пчеловодства».

На заседании комиссии Е. пояснил, что из содержания рекламы «Волшебный марал», размещенной в одной из газет города Барнаула, узнал, что в г.Бийске работает медицинская компания - ООО «Сашера-Мед», которая занимается производством меда с добавлением порошка пантов алтайского марала, что этот препарат помогает при различных заболеваниях. Заявителем, посредством почты, несколько раз сделан заказ указанного препарата.

В первой посылке, полученной от ООО «Сашера-Мед», по словам Е., находился мед с порошком пантов марала, после употребления которого заявитель, имеющий ряд заболеваний, почувствовал улучшение самочувствия. В последующих посылках находился мед с кусочками пантов алтайского марала, употребление которого к положительному результату не привело.

Кроме того, в посылке находился лист-вкладыш «Общая информация для потребителей», содержащий подробное описание состава и действия отдельных компонентов оживляющего меда с кусочками пантов марала «Горная благодать», рекомендации по применению, способ применения, противопоказания, условия хранения, пищевая ценность. На обратной стороне вкладыша размещена аналогичная информация о других продуктах с указанием изготовителя ООО «Сашера-Мед», Алтайский край, 659315, г.Бийск, промышленный комплекс ОАО «Полиэкс, заводоуправление, 122, указан сайт и адрес электронной почты.

Заявитель просит проверить достоверность информации относительно лечебных свойств медового взвара с кусочками пантов марала, размещенной как в рекламе, так и во вкладыше, находящемся в посылке и содержащем информацию для потребителей.

Представитель рекламодателя - учредителя и издателя газеты «Резонанс на Алтае» Г. пояснила, что рекламодателем - ООО «Бриз» был представлен готовый рекламный макет, который и был размещен в журнале. По мнению представителя ООО «Резонанс» в рассматриваемой рекламе отсутствует прямое указание на лечебные свойства рекламируемого меда.

Комиссия, заслушав доводы заявителя и заинтересованного лица, изучив материалы дела и исследовав доказательства по делу, дав им надлежащую оценку, пришла к следующим выводам.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006г № 38-ФЗ «О рекламе» под рекламой понимается 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; объект рекламирования - 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; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Объектом рекламирования в рекламной статье «Волшебный марал», размещенной в газете «Резонанс на Алтае», является медовый взвар с кусочками пантов алтайского марала, производства ООО «Сашера» (г.Бийск).

Рекламодателем в материалы дела представлена копия сертификата соответствия № РОСС RU.AE.96.HO3857 Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии, с приложением на продукцию - безалкогольные напитки «Медовые взвары» серии «Горная благодать» выданного изготовителю данной продукции – ООО «Сашера». В перечень выпускаемой продукции входит «Горная благодать оживляющая мед с кусочками пантов». Также представлена копия декларации о соответствии

Кроме того, в материалах дела имеется санитарно-эпидемиологическое заключение № 04.01.01.918.П.000060.10.08 от 06.10.2008г., согласно которому изготовителем безалкогольных напитков «Медовые взвары» серии «Горная благодать» является ООО «Сашера-Эл» (Республика Алтай, г.Горно-Алтайск, пр.Коммунистический, 180).

Таким образом, в ходе рассмотрения дела установлено, что рекламируемый медовый взвар с кусочками пантов алтайского марала является пищевым продуктом, одним из безалкогольных напитков «Медовые взвары» серии «Горная благодать». Изготовителем меда с кусочками пантов алтайского марала являются ООО «Сашера-Эл» (согласно санитарно-эпидемиологическому заключению), ООО «Сашера» (согласно информации, указанной в рекламе), ООО «Сашера-Мед» (согласно информации об изготовителе, размещенной на листке-вкладыше к товару).

Реализация указанного продукта Е. производилась ООО «Сашера-Мед», что подтверждается счетами на оплату от 24.01.2011г., от 07.02.2011г., от 26.04.2011г., а

также почтовыми квитанциями.

Согласно Федеральному закону от 02.01.2000г. № 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов», пищевые продукты - продукты в натуральном или переработанном виде, употребляемые человеком в пищу (в том числе продукты детского питания, продукты диетического питания), бутылированная питьевая вода, алкогольная продукция (в том числе пиво), безалкогольные напитки, жевательная резинка, а также продовольственное сырье, пищевые добавки и биологически активные добавки.

Установлено, что рекламируемый медовый взвар является пищевым продуктом - безалкогольный напиток.

Согласно п.2 ч.3 ст. 5 Федерального закона «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, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

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 лечения, изделий медицинского назначения и медицинской техники.

В рекламе пищевого продукта медовый взвар с кусочками пантов алтайского марала используются словосочетания: «уникальнейшее антиоксидантное и иммуномодулирующее средство, настоящий эликсир молодости и здоровья!», «...неповторимый по своим свойствам целебный продукт». Кроме того, в рекламе подробно описываются лечебные свойства одного из компонентов пищевого продукта - пантов алтайского марала: что панты обладают противоязвенным и противоопухолевым эффектами; улучшают состояние при атеросклерозе и т.п., что в совокупности с размещенными в рекламе отзывами физических лиц, выполненными в форме писем благодарности и содержащих информацию об излечении от различных заболеваний в результате применения меда с кусочками пантов, указывает на лечебные свойства объекта рекламирования.

На основании вышеизложенного, довод представителя рекламодателя о том, что в рекламе отсутствует прямое указание на лечебные свойства рекламируемого меда является несостоятельным и опровергается самим содержанием рекламы.

Исходя из содержания рекламы лечебные свойства пищевого продукта - медового взвара с кусочками пантов алтайского марала, достигаются за счет содержания в нем сильнодействующего вещества - пантов марала.

Однако, пищевые продукты с использованием пантов марала и панты марала по своей природе являются средствами с абсолютно разными потребительскими свойствами и воздействием на организм человека.

Таким образом, указание в рекламе на лечебные свойства пищевого продукта - медового отвара с кусочками пантов марала, свидетельствует о недостоверной рекламе относительно назначения, потребительских свойств, об условиях применения данного пищевого продукта, что является нарушением п.2 ч.3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Учитывая, что рекламируемый медовый отвар не является лекарственным средством, размещенная в рекламе информация о том, что медовый отвар лечит либо оказывает положительное влияние на течение различных болезней, противоречит требованиям п.6 ч.5 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со статьей 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных п.2 ч.3, п.6 ч.5 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», несет рекламодатель – лицо, определившее объект рекламирования.

Размещение рекламы в газете «Резонанс на Алтае» производилось на основании договора на рекламные услуги № 140 от 08.02.2011 г., заключенного между ООО «Бриз» и ООО «Резонанс».

Антимонопольным органом установлено, что ООО «Бриз» (г.Москва, ул.Серпуховская Б.,38, стр.2), как недействующее юридическое лицо исключено из Единого государственного реестра юридических лиц в 2009г.

Запрос антимонопольного органа, направленный в адрес ООО «Бриз», вернулся с пометкой - нет организации.

На основании вышеизложенного, от имени ООО «Бриз», правоспособность которого прекращена, реклама размещена неустановленными лицами.

Согласно письму ООО «Сашера» (вхд. № 8201 от 24.10.2011г.) Общество не осуществляет рекламу медового отвара с кусочками пантов марала «Горная благодать», а реализация данной продукции производится через официальных дистрибьюторов: ИП Герус И.З. (г.Красноярск), ООО «Дары Алтая» (г.Екатеринбург), ООО «Медком Алтай» (г.Барнаул).

Согласно ст. 13 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель по требованию рекламораспространителя обязан предоставить документально подтвержденные сведения о соответствии рекламы требованиям настоящего Федерального закона, в том числе сведения о наличии лицензии, об обязательной сертификации, о государственной регистрации.

Перечень разрешительной документации, приведенный в данной норме закона, не является исчерпывающим, соответственно к такой разрешительной документации могут быть отнесены любые документы, без наличия которых лицо не вправе осуществлять деятельность, производить, реализовывать товар или иным образом вводить его в оборот и реализацию.

Федеральный закон «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» регулирует порядок внесения в государственные реестры сведений о создании, реорганизации и ликвидации юридических лиц, приобретении физическими лицами статуса индивидуального предпринимателя, прекращении физическими лицами деятельности в качестве индивидуальных предпринимателей, иных сведений о юридических лицах и об

индивидуальных предпринимателях. Соответственно, рекламодатель вправе потребовать от рекламодателя свидетельство о соответствующей государственной регистрации. Кроме того, документом, подтверждающим факт соответствующей государственной регистрации, может выступать выписка из соответствующего государственного реестра.

Непредставление указанной информации рекламодателем рекламодателю в рамках гражданско-правовых отношений не образует состав нарушения законодательства о рекламе, ответственность за совершение которого установлена в Федеральном законе «О рекламе» и Кодексе Российской Федерации об административных правонарушениях, однако может служить основанием для рекламодателя не заключать соответствующего договора на распространение рекламы.

На официальном Интернет сайте Федеральной налоговой службы России - www.nalog.ru в свободном доступе содержится информация о зарегистрированных в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации юридических лицах, в связи с чем, рекламодатель при заключении договора с ООО «Бриз» на распространение рекламы имело возможность проверить информацию о государственной регистрации данного юридического лица.

Рекламодателем - ООО «Резонанс» не реализовано право на получение достоверной информации, в данном случае, о государственной регистрации юридического лица, являющегося рекламодателем и несущим ответственность за выявленные нарушения Федерального закона «О рекламе», что повлекло распространение ненадлежащей рекламы «Волшебный марал», и невозможность реализации полномочий антимонопольного органа по пресечению данных нарушений и применению мер ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Кроме того, согласно свидетельству о регистрации СМИ ПИ № ФС 12-0915, газета «Резонанс на Алтае» зарегистрирована 01 июля 2006г. Как информационная, реклама более 40%, учредитель - ООО «Резонанс».

Согласно уставу ООО «Резонанс» (новая редакция), утвержденному Решением внеочередного общего собрания участником ООО «Резонанс» 23.12.2009г., предметом деятельности Общества является осуществление следующих видов деятельности:

- издательская деятельность, в том числе издание газет, издание журналов и периодических публикаций;
- полиграфическая деятельность и предоставление услуг в этой области;
- рекламная деятельность

Таким образом, ООО «Резонанс» является профессиональным участником рынка рекламной деятельности, в связи с чем, в силу своей профессиональной деятельности обладает специальными познаниями в сфере требований Федерального закона «О рекламе», в данном случае о запрете рекламы,

содержащей недостоверную информацию о потребительских свойствах рекламируемого товара, а также о запрете на указание в рекламе товара, не являющегося лекарственным средством на лечебные свойства данного товара, предусмотренные п.2 ч.3, п.6 ч.5 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Материалами дела доказано, что рекламодатель - ООО «Резонанс» знал о том, что объектом рекламирования в указанной рекламе является пищевой продукт, а не лекарственное средство, в связи с чем, указанный продукт не может обладать лечебными свойствами и лечить либо оказывать положительное влияние на течение болезней, однако, учитывая, что в соответствии со ст. 38 Федерального закона «О рекламе», рекламодатель законодательно выведен из под административной ответственности за недостоверную информацию, содержащуюся в распространяемой им рекламе, распространил заведомо ненадлежащую рекламу «Волшебный марал».

Кроме того, в ходе рассмотрения материалов дела установлено: лист-вкладыш «Общая информация для потребителей», находящийся в посылке с товаром мед с кусочками пантов марала, направленный Ерамасову К.П. ООО «Сашера-Мед», содержит информацию о производителе оживляющего меда с кусочками пантов марала «Горная благодать» - ООО «Сашера-Мед»; составе и действии отдельных компонентов продукта; действии данного продукта на организм человека и рекомендации по применению; способ применения; противопоказания; условия хранения, а также содержит информацию о других препаратах, производимых ООО «Сашера-Мед».

Согласно ст. 2 Федерального закона «О рекламе», настоящий Федеральный закон не распространяется на информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом.

Согласно ст.ст. 9, 10 Закона Российской Федерации от 07.02.1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей», изготовитель (исполнитель, продавец) обязан довести до сведения потребителя необходимую и достоверную информацию о себе и предлагаемых товарах (работах, услугах).

В связи с тем, что в размещенной на листе-вкладыше информации содержится указание на лечебные свойства меда с кусочками пантов марала, данная информация является недостоверной и вводит в заблуждение потребителей относительно потребительских свойств товара.

Рассмотрение и решение вопросов, связанных с защитой прав потребителей, в том числе на получение достоверной информации о товарах, относится к компетенции Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека.

Проверка качества реализуемой продукции также относится к компетенции Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека.

Антимонопольный орган, согласно ст. 33 Федерального закона «О рекламе», осуществляет в пределах своих полномочий государственный надзор за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе:

- предупреждает, выявляет и пресекает нарушения физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе;

- возбуждает и рассматривает дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В соответствии со ст. 36 Федерального закона «О рекламе», антимонопольный орган по собственной инициативе, представлению прокурора, обращениям органов государственной власти или органов местного самоуправления, а также по заявлениям физических лиц или юридических лиц возбуждает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе выдается на основании решения антимонопольного органа о признании рекламы ненадлежащей и содержит указание о прекращении ее распространения.

Таким образом, предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе выдается виновному в нарушении лицу, а также участвующим в рассмотрении дела заинтересованным лицам, причастным к распространению ненадлежащей рекламы и способным прекратить ее распространение.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «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 рекламу «Волшебный марал», размещенную в газете «Резонанс на Алтае» № 74 от 08.10.2011г. ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования п. 2 ч.3, п.6 ч.5 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».
2. Вынести предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе ООО «Резонанс», как лицу, причастному к распространению ненадлежащей рекламы и способному прекратить ее распространение.
3. Передать материалы дела о распространении ООО «Сашера-Мед» недостоверной информации о потребительских свойствах товара в управление Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Алтайскому краю.

Резолютивная часть решения объявлена 14 декабря 2011г.

Решение изготовлено в полном объеме 14 декабря 2011г.

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