

РЕШЕНИЕ по делу № 08-48/2016 о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

Исх.№ ИП-08/6994 от 18.05.2016

Резолютивная часть решения оглашена: «05» мая 2016 г.

В полном объеме решение изготовлено: «13» мая 2016 г.

г. Казань, ул. Московская, д.55, 2 этаж, каб.201

Комиссия Татарстанского УФАС России по рассмотрению дела о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии <...> – заместитель руководителя;

Члены Комиссии <...> – заместитель начальника отдела;

<...> – ведущий специалист- эксперт,

рассмотрев дело № 08-48/2016, по признакам нарушения п.3 ч.1 и ч.1.1 ст. 25 Закона «О рекламе», в части размещения ИП <...> в газете «PRO Город-ТВ» № 50 (259) от 12.12.2015г., рекламы с текстом: «Искренне благодарю вас за создание истинно чудодейственного бальзама «Стожильник»<...> Мой диагноз с 2000 года:ревматоидный полиартрит! 8 лет страдала гипертонической болезнью, головокружением, постоянное давление с повышением в вечерние и ночные часы до 200/120 <...> г.Орск», в присутствии (отсутствии)

- ИП <...> или представитель по доверенности не явился, извещен;

- представителя «ООО «ПРОКАЗАН» (ИП <...> (является редакцией СМИ газеты «PRO Город-ТВ», ответственной за размещение в данной газете информации)) не явился извещен;

УСТАНОВИЛА

На основании распоряжения Татарстанского УФАС России исх. №02/835-пр от 18.12.2015г. проведена внеплановая выездная проверка в отношении ООО «ПРОКАЗАН» (Казань, Декабристов, 2) (газета «PRO Город-ТВ») на предмет соблюдения норм Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» в ходе которого установлено, что в газете «PRO Город-ТВ» № 50 (259) от 12.12.2015г., распространялась реклама с текстом: «Искренне благодарю вас за создание истинно чудодейственного бальзама «Стожильник»<...> Мой диагноз с 2000 года:ревматоидный полиартрит! 8 лет страдала гипертонической болезнью, головокружением, постоянное давление с повышением в вечерние и ночные часы до 200/120 <...> г.Орск»

Из смысла содержания вышеуказанной рекламы следует, что некое лицо <...> г.Орск благодарит за создание бальзама «Стожильник». Однако, подтверждений указанных фактов в рекламе и в представленных рекламодателем в ООО «ПРОКАЗАН» (Казань, Декабристов, 2) (газета «PRO Город-ТВ») информации данные факты отсутствуют.

Бальзам «Стожильник» является биологической активной добавкой серт. Соот: №РОСС RU.АГ83.Р01398 от 15.10.2012г.

Таким образом, вышеуказанная реклама содержит выражения благодарности физическими лицами в связи с применением бальзама «Стожильник», являющегося БАДом и имеет признаки нарушения п.3 ч.1 ст.5 Закона «О рекламе»

Кроме того, Управлением установлено, что в нарушении требований части 1.1 статьи 25 Закона о рекламе содержащееся в вышеуказанной рекламе площадь (пространства), содержащая предупреждение о том, что бальзам «Стожильник» не является лекарственным средством составляет менее десять процентов рекламной площади (пространства), а именно – 0,46%.

В связи с указанными обстоятельствами Татарстанским УФАС России было возбуждено настоящее дело (определением о возбуждении дела №08-48/2016 от 16 марта 2016 года (исх.№ИП-08/3681 от 17.03.2016г.)).

Проверив обоснованность доводов, содержащихся в письменных объяснениях и документах, представленных ответчиками по делу, а также устных выступлений присутствующих на заседании, изучив материалы дела, Комиссия приходит к следующему.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона «О рекламе» реклама – это 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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона «О рекламе» объектом рекламирования является 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.

Учитывая правовой смысл и содержание приведенных понятий рекламы и объекта рекламирования, информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах, а также об изготовителе (продавце) такого товара, то есть объекту рекламирования в целом.

Реклама биологической активной добавки бальзам «Стожильник» с текстом: «Искренне благодарю вас за создание истинно чудодейственного бальзама «Стожильник»<...> Мой диагноз с 2000 года:ревматоидный полиартрит! 8 лет страдала гипертонической болезнью, головокружением, постоянное давление с повышением в вечерние и ночные часы до 200/120 <...> г.Орск», размещенная в газете «PRO Город-ТВ» № 50 (259) от 12.12.2015г содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц, преследует строго заданные цели информирования: продвижения на рынке, призвана формировать и поддерживать интерес к

товарам и услугам, а именно к БАДу – бальзам Стожильник, продвигаемому и реализуемому ИП <...> (618131, Пермская обл., Осинский район, с.Комарово, ул.Школьная, д.7; ОГРН 311594426600027).

Бальзам «Стожильник» является биологической активной добавкой серт. Соот: №РОСС RU.АГ83.Р01398 от 15.10.2012г.

Таким образом, данная реклама направлена на привлечение внимания потребителей именно к БАДу – бальзам Стожильник, продвигаемой и реализуемой ИП <...> При этом, исходя из текста данной рекламы следует, что некое лицо <...> г.Орск благодарит за создание бальзама «Стожильник».

Согласно пункту 3 части 1 статьи 25 Закона о рекламе реклама биологически активных добавок и пищевых добавок не должна содержать выражение благодарности физическими лицами в связи с применением таких добавок.

Таким образом, вышеуказанная реклама содержит нарушения п.3 ч.1 ст.25 Закона «О рекламе», в части содержания выражения благодарности физическими лицами в связи с применением БАДа-бальзама «Стожильник».

Комиссией установлено, что в вышеуказанной рекламе площадь (пространство), содержащая предупреждение о том, что бальзам «Стожильник» не является лекарственным средством составляет менее десять процентов рекламной площади (пространства), а именно – 0,46%.

Согласно части 1.1 статьи 25 Закона о рекламе реклама биологически активных добавок в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством. В данной рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах, при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд, и такому предупреждению должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

Таким образом, вышеуказанная реклама содержит нарушения ч.1.1 ст.25 Закона «О рекламе», в части несоответствия 10% площади (пространства) от общего объема рекламной площади (пространства), содержащего предупреждение о том, что бальзам «Стожильник» не является лекарственным средством.

Указанная реклама распространялась на территории Республики Татарстан, а именно в газете «PRO Город-ТВ» № 50 (259) от 12.12.2015г

Комиссией установлено, что рекламодателем вышеуказанной рекламы является ИП <...>, рекламораспространителем – ИП <...>, которая является редакцией СМИ газеты «PRO Город-ТВ», ответственной за размещение в данной газете информации.

На заседании Комиссии доказательного опровержения несоответствия размещенной ИП <...> рекламы требованиям п. 3 ч. 1 и ч.1.1 ст. 25 Закона «О рекламе», не установлено.

На основании вышеизложенного, Комиссия приходит к выводу, что реклама

биологической активной добавки – бальзам Стожильник, реализуемой и продвигаемой ИП <...>, размещенная в газете «ПРО Город-ТВ» № 50 (259) от 12.12.2015г. с текстом: «Искренне благодарю вас за создание истинно чудодейственного бальзама «Стожильник» <...> Мой диагноз с 2000 года:ревматоидный полиартрит! 8 лет страдала гипертонической болезнью, головокружением, постоянное давление с повышением в вечерние и ночные часы до 200/120 <...> г.Орск», не соответствует п.3 ч. 1 и ч.1.1 ст. 25 Закона «О рекламе», в части содержания выражения благодарности физическими лицами в связи с применением БАДа-бальзама «Стожильник», а также в части несоответствия 10% площади (пространства) от рекламной площади (пространства), содержащего предупреждение о том, что БАД-бальзам «Стожильник» не является лекарственным средством.

Согласно части 6 и 7 статьи 38 Закона о рекламе рекламодатель и рекламораспространитель несут ответственность за нарушение требований, установленных, в том числе [статье 25](#) Закона о рекламе закона.

На основании пункта 3 части и части 1.1 статьи 25, пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20,21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 №508, Комиссия

РЕШИЛА

1. Признать рекламу биологической активной добавки – бальзам Стожильник, реализуемой и продвигаемой ИП <...>. размещенную ИП <...> в газете «ПРО Город-ТВ» № 50 (259) от 12.12.2015г. с текстом: «Искренне благодарю вас за создание истинно чудодейственного бальзама «Стожильник»<...> Мой диагноз с 2000 года:ревматоидный полиартрит! 8 лет страдала гипертонической болезнью, головокружением, постоянное давление с повышением в вечерние и ночные часы до 200/120 <...> г.Орск», не соответствующей п.3 ч. 1 и ч.1.1 ст. 25 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ «О рекламе», в части содержания выражения благодарности физическими лицами в связи с применением БАДа-бальзама «Стожильник», а также в части несоответствия 10% площади (пространства) от рекламной площади (пространства), содержащего предупреждение о том, что БАД-бальзам «Стожильник» не является лекарственным средством.
2. Выдать ИП <...> предписание о прекращении нарушения п.3 ч. 1 и ч.1.1 ст. 25 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ «О рекламе», а именно прекратить распространение и размещение в газете «ПРО Город-ТВ» рекламы биологической активной добавки – бальзам Стожильник, реализуемой и продвигаемой ИП <...>, в том числе с текстом: «Искренне благодарю вас за создание истинно чудодейственного бальзама «Стожильник»<...> Мой диагноз с 2000 года:ревматоидный полиартрит! 8 лет страдала гипертонической болезнью, головокружением, постоянное давление с повышением в вечерние и ночные часы до 200/120 <...> г.Орск», не соответствующей п.3 ч. 1 и ч.1.1 ст. 25 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ «О рекламе».
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Татарстанского УФАС России для возбуждения дела об административном

правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии <...>; <...>

Исп.: <...>