

РЕШЕНИЕ

«04» мая 2012 г.

г. Брянск

Комиссия Брянского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

<...>,

рассмотрев дело № 45 в отношении ИП <...> по факту распространения рекламы бальзама «Ореховый», содержащей признаки нарушения Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе»,

в отсутствии лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе (уведомлены надлежащим образом)

УСТАНОВИЛА:

В газете «Экспресс реклама» в выпуске № 9 (591) от 10 марта 2012г. была обнаружена реклама бальзама «Ореховый». Реклама начинается в виде письма неизвестного мужчины, рассказывающего, что он был болен описторхозом, и после приема бальзамом «Ореховый» излечился. Далее рассказывается, что «Бальзам этот царский – и омолаживает (минус 10 лет долой!), и кровь очищает, и не только излечиться поможет, но и вновь занедужить не даст». Приведены 10 писем благодарных потребителей (Герасимова О.М. Пермь, Харченко Е.В. Воронеж, Мишин К.И. Новосибирск и другие), которые красочно описывают болезни (инсульт, варикоз, экзема, подагра, онкологические заболевания и т.д.), от которых избавились с помощью бальзама «Ореховый». Далее указано, что бальзам «Ореховый» это «царский» бальзам от гипотиреоза, туберкулеза, простатита, гепатита, псориаза, эпилепсии и всех прочих «неизлечимых» заболеваний. Вот и получается, что природный эликсир здоровья, способен заменить целый аптечный киоск.

В соответствии со ст. 3 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ 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; объект рекламирования - товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие.

В соответствии со статьей 5 Закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Ненадлежащей признается реклама, в которой допущены нарушения требований к ее содержанию, времени, месту и способу распространения, установленных законодательством Российской Федерации в силу ст. 2 ФЗ «О рекламе».

Согласно статье 33 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ "О рекламе" антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный контроль за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе: предупреждает, выявляет и пресекает нарушения физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе.

Согласно пункта 6 части 5 статьи 5 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ 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. Этот перечень товаров и услуг является исчерпывающим и не подлежит расширительному толкованию. В отношении товаров и услуг, не входящих в данный перечень, действует полный запрет указывать в их рекламе на лечебные свойства, т.е. положительное влияние на течение болезни.

В соответствии со статьей 4 Федерального закона от 22.06.1998 N 86-ФЗ "О лекарственных средствах" (далее - Закон о лекарственных средствах) лекарственные средства это вещества, применяемые для профилактики, диагностики, лечения болезни, предотвращения беременности, полученные из крови, плазмы крови, а также органов, тканей человека или животного, растений, минералов, методами синтеза или с применением биологических технологий. К лекарственным средствам относятся также вещества растительного, животного или синтетического происхождения, обладающие фармакологической активностью и предназначенные для производства и изготовления лекарственных средств (фармацевтические субстанции).

Согласно статье 19 Закона о лекарственных средствах лекарственные средства могут производиться, продаваться и применяться на территории Российской Федерации, если они зарегистрированы федеральным органом исполнительной власти, в компетенцию которого входит осуществление государственного контроля и надзора в сфере обращения лекарственных средств.

Приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 30.10.2006 N 736 утвержден Административный регламент Федеральной службы по надзору в сфере здравоохранения и социального развития по исполнению государственной функции по государственной регистрации лекарственных средств.

В соответствии с этим Регламентом документом, подтверждающим факт государственной регистрации лекарственного средства, является регистрационное удостоверение.

Как лекарственное средство бальзам «Ореховый» не зарегистрирован, то есть лекарственным средством не является, что исключает возможность указания в рекламе этого продукта на лечебные свойства, в том числе профилактические. Исходя из заложенных в законодательстве Российской Федерации понятий медицинской деятельности, видов медицинской помощи и методов лечения сведения о симптомах и проявлениях заболеваний, названиях болезней, методах воздействия на организм для восстановления здоровья, профилактики и диагностике заболеваний, будучи сообщенными в рекламе, указывают на наличие у рекламируемых товаров и услуг лечебных свойств.

Анализируя текст рекламы, создается впечатление о необходимости применения бальзама «Ореховый», который обладает лечебными свойствами (ослаб варикоз, зажили трещины, кровь очищает, прошли кисты на почках, восстановился хрящ (артрит) и т.д.), реклама также содержит перечисление болезней (гипотиреоз, туберкулез, простатит, гепатит, псориаз, эпилепсия, экзема и т.д.).

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

Таким образом, данная реклама нарушает пункт 6 части 5 статьи 5 ФЗ № 38-ФЗ от 13 марта 2006 года «О рекламе».

Согласно пункта 2 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ 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 рекламе содержатся не соответствующие действительности сведения о потребительских свойствах товаров, т.к. препарат не может обладать лечебными и профилактическими свойствами в виду отсутствия регистрации в качестве лекарственного средства.

Таким образом, данная реклама нарушает пункт 2 части 3 статьи 5 ФЗ № 38-ФЗ от 13 марта 2006 года «О рекламе».

В соответствии со ст. 3 указанного закона рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное лицо, определившее объект рекламирования. Рекламодателем является ИП <...>.

В соответствии со ст. 3 указанного закона рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств. Рекламодателем является ИП <...>.

Руководствуясь п. 1 части 2 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:

Признать ненадлежащей рекламу бальзама «Ореховый», размещенную в газете «Экспресс реклама» в выпуске № 9 (591) от 10 марта 2012г., поскольку она не соответствует требованиям пункта 2 части 3 статьи 5, пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе».

Выдать предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе ИП <...>.

Выдать предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе ИП <...>.

Возбудить дело об административном правонарушении, предусмотренное ч. 1 ст. 14.3. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ИП <...>.

Решение изготовлено в полном объеме "11" мая 2012 г.

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

Председатель Комиссии:

<...>

Члены Комиссии

ПРЕДПИСАНИЕ № 1

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

«04» мая 2012 г.

г. Брянск

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

<...>,

на основании своего решения от «04» мая 2012 г. по делу № 45 в отношении ИП <...> о признании ненадлежащей рекламы бальзама «Ореховый», 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. ИП <...> в десятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение пункта 2 части 3 статьи 5, пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе», выразившееся в распространении ненадлежащей рекламы бальзама «Ореховый», размещенной в газете «Экспресс реклама» в выпуске № 9 (591) от 10 марта 2012г.

2. ИП <...> представить в Брянское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания в двадцатидневный срок со дня получения настоящего предписания.

В соответствии с частью 2.4. статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях невыполнение в установленный срок законного решения, предписания федерального антимонопольного органа, его территориального органа о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Предписание изготовлено в полном объеме «11» мая 2012 г.

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

Председатель Комиссии:

<...>

Члены Комиссии: