

РЕШЕНИЕ

«7» июня 2010 г.
Новосибирск

г.

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

председатель
Комиссии: Лопаткина Т.В. – заместитель руководителя управления-начальник отдела рекламы;
Виногорова Ю.В. – главный специалист-эксперт отдела рекламы;

члены Комиссии: Носкова И.Р. – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы;

Скоп Е.А. – специалист-эксперт отдела рекламы;

Киселев К.А. – специалист-эксперт отдела рекламы,

рассмотрев дело № 35, возбуждённое в отношении ООО «Омега-Плюс» (630102, г. Новосибирск, ул. Инская, 67) по факту размещения рекламного ролика комплекса «Гликоэрг» в эфире «Радио России» (г. Барнаул) с признаками нарушения:

- п.2 ч.3 ст.5 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. (далее – ФЗ «О рекламе»), согласно которому недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе 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;

- п. 6 ч. 5 ст. 5 ФЗ «О рекламе», согласно которому в рекламе не допускается указание на лечебные свойства, т.е. 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;

- п. 1 ч. 1 ст. 25 ФЗ «О рекламе», согласно которому реклама биологически активных добавок и пищевых добавок не должна создавать впечатление о том, что они являются лекарственными средствами и (или) обладают лечебными свойствами;

в присутствии представителей:

заявителей – АРОО «Центр по содействию конкуренции и развитию рынков», не явился, извещен о месте и времени рассмотрения дела надлежащим образом;

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, – ООО «Омега-Плюс», не явился, уведомлен надлежащим образом;

УСТАНОВИЛА:

23 марта 2010 г. (вх. № 1906) в Новосибирское УФАС России поступило обращение Алтайского краевого УФАС России по факту размещения рекламы комплекса «Гликоэрг» в эфире «Радио России» в г. Барнаул по состоянию на 17 марта 2010г., о чем составлен соответствующий акт.

30 марта 2010г. (вх. № 2131) в Новосибирское УФАС России в порядке подведомственности, в соответствии с п.14 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, Алтайским краевым УФАС России для решения вопроса по существу было направлено заявление Алтайской региональной общественной организацией «Центр по содействию конкуренции и развитию рынков» (далее – АРОО «Центр по содействию конкуренции и развитию рынков»). Согласно заявлению АРОО «Центр по содействию конкуренции и развитию рынков», реклама комплекса «Гликоэрег» (в эфире «Радио России») содержит информацию о том, что сахарный диабет снижает, а затем влечет потерю зрения, вызывает гангрену, а затем ампутацию, применение инсулина не дает желаемого результата, такая реклама «угнетающе, угрожающе и убийственно действует на людей страдающих этим недугом, наносит им огромный моральный вред, разочарование, уныние, потерю интереса к жизни», носит «неэтичный характер».

По данным фактам Новосибирским УФАС России проведена проверка, в результате которой было установлено следующее.

Согласно информации, представленной ЗАО «Видео Интернешнл-Новосибирск» (вх. № 2407 от 06.04.2010г.), в марте 2010 г. в эфире «Радио России» на территории г. Барнаула размещался рекламный ролик под названием «Диабет Барнаул_1 30» и «Диабет_2 25». Содержание вышеуказанных роликов отражено в соответствующем акте проверки от 6 апреля 2010 г.

Текст ролика: «Диабет_2_25»: «Сахарный диабет приводит к снижению, а затем к потере зрения. Вызывает гангрену, а затем ампутацию. Приковывает миллионы людей на земле к ежедневным инъекциям инсулина. Новосибирские разработчики создали комплекс «Гликоэрг». Это не лекарство, это сенсация среди методов борьбы с сахарным диабетом. Телефон в Барнауле: 22-61-59, 22-61-59».

Согласно ст. 3 ФЗ «О рекламе», реклама – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. Вышеуказанная информация о комплексе «Гликоэрг» является рекламной, т.к. отвечает всем признакам определения рекламы.

Согласно заявлению АРОО «Центр по содействию конкуренции и развитию рынков», использованные в рассматриваемой рекламе выражения: «сахарный диабет приводит к снижению, а затем к потере зрения. Вызывает гангрену, а затем ампутацию. Приковывает миллионы людей на земле к ежедневным инъекциям инсулина», действует крайне негативно на людей страдающих этим недугом.

В соответствии с ч.6 ст. 5 ФЗ «О рекламе», в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении расы, пола, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официально государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов РФ, а также объектов культурного наследия, включенных в список всемирного наследия.

По мнению Комиссии Новосибирского УФАС России, при всей негативности содержания информации о том, что «сахарный диабет приводит к снижению, а затем к потере зрения. Вызывает гангрену, а затем ампутацию. Приковывает миллионы людей на земле к ежедневным инъекциям инсулина», по отношению к людям, страдающим сахарным диабетом, объективно доказать непристойность, оскорбительность образов не представляется возможным. Таким образом, по мнению Комиссии, рассматриваемая реклама не содержит нарушение ч.6 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

В то же время, анализ текста представленного рекламного ролика «Гликоэрг» («Диабет_2_25») свидетельствует о том, что рекламируемый комплекс «Гликоэрг» позиционируется как один из методов борьбы с сахарным диабетом. Причем, повышенное внимание к данному препарату подкрепляется формулировкой: «это сенсация».

Согласно Толковому словарю русского языка, под ред. Ожегова С.И. и Шведовой Н.Ю., «сенсация» - это: 1) волнующее всех сильное впечатление от какого-нибудь события; 2) событие или сообщение, производящее такое впечатление. «Бороться» в соответствии с тем же толковым словарём: 1) нападая, стараться осилить в единоборстве; 2) сражаться или состязаться, стремясь победить; 3) стремиться уничтожить, искоренить. Таким образом, рекламная фраза: «это сенсация среди методов борьбы с сахарным диабетом», указывает на некий препарат, который всех сильно впечатлил как один из методов уничтожения, искоренения сахарного диабета. Однако в свидетельстве о государственной регистрации биологически активной добавки к пище «Гликоэрг», содержится информация лишь о том, что она является источником элеутерозидов, дополнительным источником липоевой кислоты, витаминов С, В1, содержащей магний. Согласно представленной инструкции изготовителя ООО «НПП «Метамед» по применению комплекса «Гликоэрг» определено, что он является источником биологически активных веществ, улучшающих энергетический (углеводный) обмен при возрастных нарушениях и метаболическом синдроме, и не упоминается о комплексе «Гликоэрг» как о средстве, помогающем бороться с сахарным диабетом. Показаниями комплекса «Гликоэрг» (согласно инструкции) являются: 1) возрастные нарушения углеводно-жирового обмена (повышение глюкозы крови более 6,1 ммоль/л, повышение глюкозы крови через 2 часа после сахарной нагрузки более 7,8 ммоль/л, снижение холестерина липопротеидов высокой плотности у мужчин менее 0,9 ммоль/л; у женщин менее 1,0 ммоль/л, повышение общего холестерина крови более 5,0 ммоль/л, повышение триглицеридов крови более 1,7 ммоль/л; 2) избыточная масса тела и ожирение при абдоминальном типе жировоголожения: у мужчин ОТ более 94 см, и/или ОТ/ОБ более 0,9; у женщин ОТ более 80 см, и/или ОТ/ОБ более 0,85; 3) активизация углеводного обмена в физиологическом суточном ритме.

Таким образом, информация о назначении комплекса «Гликоэрг», его потребительских свойствах, как о методе борьбы с сахарным диабетом, не соответствует действительности, что указывает на нарушение п.2 ч.3 ст.5 ФЗ «О рекламе».

Недостовойной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе 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.

Согласно п. 6 ч. 5 ст. 5 ФЗ «О рекламе», в рекламе не допускается указание на лечебные свойства, т.е. 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 со свидетельством о государственной регистрации №77.99.23.3.У.288.1.08 от 17.01.2008 г., «Гликоэрг» зарегистрирован в качестве биологически активной добавки к пище – источника элеутерозидов, дополнительного источника липоевой кислоты, витаминов С, В1, содержащей магний. Имеет противопоказания. Перед применением рекомендуется проконсультироваться врачом. (Санитарно-эпидемиологическое заключение № 77.99.03.003.Т.000065.01.08 от 17.01.2008 г.).

В соответствии с п. 1 ч. 1 ст. 25 ФЗ «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.

На основании анализа представленных документов, можно сделать вывод, что рассматриваемая в рекламе информация: «...создали комплекс «Гликоэрг». Это не лекарство, это сенсация среди методов борьбы с сахарным диабетом», указывает на то, что комплекс «Гликоэрг» обладает лечебными свойствами, оказывает положительное влияние на течение болезни – сахарного диабета, что нарушает п. 6 ч. 5 ст. 5, п. 1 ч. 1 ст. 25 ФЗ «О рекламе».

Руководствуясь ч. 6 ст. 38 ФЗ «О рекламе», ответственность за нарушение п.2 ч.3 ст.5, п. 6 ч. 5 ст. 5, п. 1 ч. 1 ст. 25 ФЗ «О рекламе» несёт рекламодатель, т.е. изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (п. 5 ст. 3 ФЗ «О рекламе»).

Размещение вышеуказанной рекламы в эфире «Радио России» в марте 2010 г. осуществлялось на основании договора № 121 от 01.03.2010г. (Договор) на размещение рекламы между ЗАО «Видео Интернешнл – Новосибирск» (ЗАО «ВИ Новосибирск») и ООО «Омега-Плюс». В соответствии с п.2.1. Договора, рекламодатель (ООО «Омега-Плюс») поручает, а агентство (ЗАО «ВИ-Новосибирск»), действуя на основании договоров с соответствующими контрагентами, обязуется обеспечивать оказание рекламодателю в период с 1 марта 2010 г. по 31 декабря 2010г. услуг по проведению рекламной компании рекламодателя путем размещения рекламы в региональном эфире телеканалов в пределах территории в соответствии с условиями настоящего договора. Согласно

дополнительному соглашению №1 к Договору на размещение рекламы № 121 от 1 марта 2010г. стороны пришли к соглашению, что в рамках вышеуказанного договора агентство оказывает рекламодателю в том числе услуги по обеспечению размещения рекламно-информационных материалов рекламодателя на рекламных носителях как поименованных, так и непоименованных в договоре, с которыми у агентства заключены соответствующие договоры.

Согласно акту оказанных услуг № 4/7344/211 от 31.03.2010г. за март 2010 г. ЗАО «ВИ-Новосибирск» оказало рекламодателю (ООО «Омега-Плюс») услуги по размещению рекламы «Гликоэрг» на «Радио России» в г.Барнаул, по договору № 121 от 01.03.2010г. Размещение рассматриваемой рекламы в марте 2010г. на «Радио России» (г.Барнаул) подтверждено также графиком размещения рекламных материалов, счетом № 475 от 18.02.2010г., платежными поручениями № 286 от 19.02.2010г., № 287 от 24.02.2010г.

Таким образом, на основании представленных документов, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Омега-Плюс».

Реклама, не соответствующая требованиям законодательства о рекламе, признаётся ненадлежащей (п. 4 ст. 3 Федерального закона «О рекламе»). Ненадлежащая реклама не допускается.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия, руководствуясь п. 1 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утв. Постановлением Правительства РФ № 508 от 17.08.2006 г.,

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу комплекса «Гликоэрг» следующего содержания: «Сахарный диабет приводит к снижению, а затем к потере зрения. Вызывает гангрену, а затем ампутацию. Приковывает миллионы людей на земле к ежедневным инъекциям инсулина. Новосибирские разработчики создали комплекс «Гликоэрг». Это не лекарство, это сенсация среди методов борьбы с сахарным диабетом. Телефон в Барнауле: 22-61-59, 22-61-59», размещённую в марте 2010 г. в эфире «Радио России» на территории г. Барнаула, ненадлежащей, а ООО «Омега-плюс» нарушившим п.2 ч.3 ст.5, п.6 ч.5 ст.5, п.1 ч.1 ст.25 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО «Омега-Плюс» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Новосибирского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объёме «7» июня 2010 г. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном ст. 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии
Лопаткина

_____ Т.В.

Члены Комиссии

_____ Ю.В. Виногорова

_____ И.Р. Носкова

_____ Е.А. Скоп

_____ К.А. Киселев

ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

«7» июня 2010 г.
Новосибирск

г.

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

председатель
Комиссии:

Лопаткина Т.В. – заместитель руководителя управления-
начальник отдела рекламы;
Виногорова Ю.В. – главный специалист-эксперт отдела
рекламы;

члены Комиссии: Носкова И.Р. – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы;

Скоп Е.А. – специалист-эксперт отдела рекламы;

Киселев К.А. – специалист-эксперт отдела рекламы,

на основании своего решения от «7» июня 2010 г. по делу № 35 о признании ненадлежащей рекламы комплекса «Гликоэрг», размещённой ООО «Омега-Плюс» в эфире «Радио России» (г. Барнаул) в марте 2010 г.,

и в соответствии с п. 1 ч. 2 ст. 33, ч. 1, 3 ст. 36 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13 марта 2006 г. (далее – Федеральный закон «О рекламе»), п. 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ООО «Омега-Плюс» (630102, г. Новосибирск, ул. Инская, 67) в течение 5 (пяти) календарных дней со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: не допускать распространения рекламы с нарушением:

- п.2 ч.3 ст.5 Федерального закона «О рекламе», согласно которому недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе 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;

- п. 6 ч. 5 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», согласно которому в рекламе не допускается указание на лечебные свойства, т.е. 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;

- п. 1 ч. 1 ст. 25 Федерального закона «О рекламе», согласно которому реклама биологически активных добавок и пищевых добавок не должна создавать впечатление о том, что они являются лекарственными средствами и (или) обладают лечебными свойствами;

в т.ч. рекламы комплекса «Гликоэрг» следующего содержания: «Сахарный диабет приводит к снижению, а затем к потере зрения. Вызывает гангрену, а затем ампутацию. Приковывает миллионы людей на земле к ежедневным инъекциям инсулина. Новосибирские разработчики создали комплекс «Гликоэрг». Это не лекарство, это сенсация среди методов борьбы с сахарным диабетом. Телефон в Барнауле: 22-61-59, 22-61-59».

2. ООО «Омега-Плюс» (630102, г. Новосибирск, ул. Инская, 67) представить в Новосибирское УФАС России доказательства исполнения п. 1 настоящего предписания до «25» июня 2010 г.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Новосибирское УФАС России вправе в соответствии с ч. 2.4 ст. 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 трёхсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Председатель Комиссии
Лопаткина

_____ Т.В.

Члены Комиссии
Виногорова

_____ Ю.В.

_____ И.Р. Носкова

_____ Е.А. Скоп

_____ К.А. Киселев