

## РЕШЕНИЕ

по делу № 06-10.1/63-2012

31 октября 2012 года

г. Омск

Комиссия Омского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель Комиссии – Шмакова Т.П., заместитель руководителя Омского УФАС России,

члены Комиссии:

Морозов А.А. - начальник отдела рекламы,

Цынгалова Е.А. – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы,

Веретельник М.С. – главный специалист-эксперт отдела рекламы,

Невойт Е.А. – специалист-эксперт отдела рекламы,

Ланшаков С.М. – специалист 1 разряда отдела рекламы,

рассмотрев дело № 06-10.1/63-2012 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения обществом с ограниченной ответственностью «Газета Метро - Омск» (далее – ООО «Газета Метро - Омск») рекламы бальзама «Ореховый» в газете «Метро Омск» № 21 от 10 октября 2012 года, содержащей признаки нарушения требований пункта 2 части 3 и пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в отсутствие законного представителя ООО «Газета Метро - Омск» (ОГРН 1125543001759, ИНН 5503232832, местонахождение: ул. Тарская, 13А, г. Омск, 644043), извещенного надлежащим образом,

в присутствии представителя <.....> (доверенность от 24.10.2012)

УСТАНОВИЛА:

1. В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Управлением Федеральной антимонопольной службы по Омской области выявлен факт распространения в газете «Метро Омск» № 21 от 10 октября 2012 года на странице 5 рекламы бальзама «Ореховый» (статья «Бальзам «Ореховый» не упустите время...»).

В указанной рекламной статье рассказывается о лечебных свойствах продукта, о его применении при лечении многочисленных заболеваний:

*«Именно этот «царский» бальзам подарила людям легендарная Панацея, способная исцелить любое заболевание»;*

*«Бальзам этот «царский» - и омолаживает (минус 10 лет долой!), и кровь очищает, и не только излечиться поможет, но вновь занедужить не даст»;*

*«И готов он, «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».*

Кроме того, в рекламной статье приведены письма потребителей, которые рассказывают о болезнях (диабет, простатит, экзема, гипертония, радикулит, астма и др.), от которых излечились в результате применения бальзама «Ореховый».

*«Наловчился бальзамом «Ореховым» лечить гипертонию, радикулит и всякие холерины, что даже сам прихожу в восторг: утром начну, а к вечеру уж готово!» (Гильманов В.Г., г.Уфа).*

*«Я страдала хронической астмой...прошло полгода. Все это время я пользовалась бальзамом и подобного облегчения я никогда не испытывала. Я справилась со своей астмой, я поправила здоровье, как и мечтать не могла.» (Николаенко М.С., г.Омск).*

*«Диабет убивал меня. В крови критический уровень холестерина, поджелудочная почти не функционировала. А сейчас никак не вспомню, когда у меня последний раз была хотя бы изжога. Но самое невероятное то, что я избавился от диабета. И должен добавить, что исцеление наступило не благодаря лекарствам, а благодаря естественному средству бальзаму «Ореховый» (Железнов В.Д., г.Кисилевск).*

2. В соответствии с пунктом 2 части 3 статьи 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.

Информация, указанная в рекламе бальзама «Ореховый», не может быть признана достоверной, так как сведения о его потребительских (лечебных) свойствах не могут быть подтверждены медицинскими исследованиями.

3. В соответствии с пунктом 6 части 5 статьи 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 указанной рекламе бальзама «Ореховый» приводится информация, создающая

впечатление о том, что бальзам обладает лечебными свойствами.

Вместе с тем, бальзам «Ореховый» не зарегистрирован в качестве лекарственного средства, то есть лекарственным средством не является, что исключает возможность указания в рекламе этого продукта на его лечебные свойства.

Анализ содержания рекламной статьи, а также отзывов потребителей позволяет сделать вывод о том, что внимание потребителей направлено на привлечение внимания к рекламируемому продукту именно как к средству, оказывающему профилактическое и лечебное воздействие.

Таким образом, реклама бальзама «Ореховый», распространенная в газете «Metro Омск» № 21 от 10 октября 2012 года, нарушает требования пункта 2 части 3 и пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

По определению (пункт 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В силу части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 2 части 3, пунктом 6 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», несет рекламодаделец.

По информации ООО «Газета Метро-Омск», согласно договору № 33 от 27.07.2012 на оказание услуг по размещению рекламных сообщений, рекламодателем рекламы бальзама «Ореховый» является физическое лицо <.....> (Пермский край).

Вместе с тем, нарушение законодательства о рекламе может быть устранено посредством действий, направленных на его устранение как рекламодателем, так и рекламораспространителем.

Согласно выходным данным, издателем газеты «Metro Омск» (свидетельство о регистрации ПИ № ТУ55-00330 от 15 февраля 2012 года выдано Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Омской области) является ООО «Газета Метро-Омск», которое по определению (пункт 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») является рекламораспространителем, т.е. лицом, осуществляющим распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Таким образом, ООО «Газета Метро-Омск» как рекламораспространитель может прекратить распространение ненадлежащей рекламы, содержащей указание на лечебные свойства объекта рекламирования и не соответствующие действительности сведения о его потребительских свойствах.

Руководствуясь пунктом 2 части 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 ненадлежащей рекламу бальзама «Ореховый», распространенную

ООО «Газета Метро - Омск» в газете «Метро Омск» № 21 от 10 октября 2012 года, поскольку в ней нарушены требования пункта 2 части 3 и пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ООО «Газета Метро - Омск» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Учитывая, что в силу части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 2 части 3, пунктом 6 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», несет рекламодатель, у Омского УФАС России отсутствуют основания для возбуждения дела об административном правонарушении ответственность по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении рекламодателя ООО «Газета Метро - Омск».

## ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе

по делу № 06-10.1/63-2012

31 октября 2012 года

г. Омск

Комиссия Омского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель Комиссии – Шмакова Т.П., заместитель руководителя Омского УФАС России,

члены Комиссии:

Морозов А.А. - начальник отдела рекламы,

Цынгалова Е.А. – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы,

Веретельник М.С. – главный специалист-эксперт отдела рекламы,

Невойт Е.А. – специалист-эксперт отдела рекламы,

на основании своего решения от 31.10.2012 по делу № 06-10.1/63-2012 о признании ненадлежащей рекламы бальзама «Ореховый», распространенной в газете «Метро Омск» № 21 от 10 октября 2012 года, нарушающей требований пункта 2 части 3 и пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «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, пунктом 3.56.1. Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ООО «Газета Метро - Омск» (ОГРН 1125543001759, ИНН 5503232832, местонахождение: ул. Тарская, 13А, г. Омск, 644043) в срок до 20 ноября 2012 года прекратить нарушение пункта 2 части 3 и пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», а именно: прекратить распространение рекламы бальзама «Ореховый», содержащей не соответствующие действительности сведения о его потребительских свойствах, а также указание на лечебные свойства объекта рекламирования.

2. ООО «Газета Метро - Омск» представить в Омское УФАС России доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания в срок до 22 ноября 2012 года.