

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания по делу
об административном правонарушении № 4-14.3-896/77-15
«14» сентября 2015 года г. Москва

Я, <...>, рассмотрев протокол от 31.08.2015 и материалы дела № 4-14.3-896/77-15 об административном правонарушении, возбужденного в отношении ООО «Здоровье», в связи с нарушением пунктов 5, 6, 7, 8 части 1 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», при распространении в эфире радиостанции «Радио России» рекламы медицинского прибора «Биокорректор Люкс», ответственность за которое предусмотрена частью 5 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее

— КоАП РФ),

в присутствии представителя ООО «Здоровье» <...>,

УСТАНОВИЛ:

ООО «Здоровье» (адрес: 109428, г. Москва, ул. Зарайская, д. 21) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц за основным государственным регистрационным номером 1117746787685, ИНН 7721737749, КПП 772101001.

ООО «Здоровье» 22.09.2014 в период с 09:00 до 10:00 в эфире радиоканала «Радио России» распространило рекламу медицинского изделия «Биокорректор Люкс».

Решением Комиссии Московского УФАС России по рассмотрению дела № 3-24-102/77-15 о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе от 23.07.2015 в указанной рекламе установлено нарушение требований статьи 24 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), а именно:

- нарушение пункта 5 части 1 статьи 24 Закона о рекламе, выразившееся в распространении рекламы медицинского изделия, содержащей утверждения или предположения о наличии у потребителей рекламы тех или иных заболеваний либо расстройств здоровья;
- нарушение пункта 7 части 1 статьи 24 Закона о рекламе, выразившееся в распространении рекламы медицинского изделия, создающей впечатление ненужности обращения к врачу;
- нарушение пункта 8 части 1 статьи 24 Закона о рекламе, выразившееся в распространении рекламы медицинского изделия, гарантирующей положительное действие объекта рекламирования, его безопасность,

1

эффективность и отсутствие побочных действий.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, рекламой является 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.

Согласно пункту 3 статьи 3 Закона о рекламе, под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или

иного введения в оборот.

Спорная информация, распространенная в эфире радиоканала «Радио России», представлена в форме диалога ведущего и гостя (представителя ООО «Здоровье»), в

процессе которого рассказывается о методе лечения заболеваний посредством прибора

«Биокорректор Люкс», в том числе следующее:

– «А вот если не брать инфекционные поражения организма или травмы, а вот именно на хронические болезни посмотреть. Причины у этих заболеваний (у сердечных там, суставных, желудочных) у них схожие причины — это нарушение в работе клеток в организме человека. Именно когда клетки перестают нормально делиться, перестают, так сказать, работать так как должны, возникают вот эти хронические проблемы, поэтому, сами понимаете, так как все клетки в организме взаимосвязаны и обмениваются друг с другом информацией, то когда появляется одно заболевание, оно влечет за собой другое, то — третье, и вот получается, что в пожилом возрасте у человека букет заболеваний.

– Понятно, ну если я Вас правильно понял, если причина на клеточном уровне, то, значит, главная задача — это вот одновременно наладить работу всех клеток организма, да? А с помощью какого метода это можно сделать?

– Есть один метод, он открыт уже давно, несколько лет применяется успешно и в Европе, и в Израиле, и в Китае. Это метод микрополяризации клеток. Микрополяризация, это вот дословно, воздействие очень такими слабыми импульсами тока, под действием которых клетки организма человека начинают работать правильно и хорошо. Вот это клеточное лечение, метод микрополяризации. Мало того, что здесь практически все возрастные болезни лечатся — сердечно-сосудистые, суставные, эндокринные и даже желудочно-кишечный тракт, так здесь еще минимум побочных эффектов и противопоказаний, что тоже очень важно!

– В отличие от лекарств!

2

– В отличие от стандартных методик, да! Потому что одно лечим, другое калечим. Это еще можно, когда вам там лет 30-40, когда вам 70-80 такой принцип просто исключается. Ну и что самое главное, сейчас в Российской Федерации есть очень хороший такой добротный и прекрасно себя показавший медицинский прибор, который многим уже знаком. Он называется «Биокорректор Люкс». Как раз аппарат «Биокорректор Люкс», дорогие друзья, он лечит с использованием метода микрополяризации, то есть он действительно лечит клетки организма человека.

– То есть именно он идеально подходит для пожилых людей у которых уже в хроническую форму всякие болячки перешли.

– Абсолютно верно! Вне всякого сомнения, потому что он прост, удобен, надежен, долговечен и плюс показывает очень хорошие результаты в лечении, потому что все вот это болезни, ну согласитесь да, та же гипертония, атеросклероз, сахарный диабет, артрит, артрозы, остеохондрозы — все это, в основном, встречается тогда, когда человеку, скажем, уже за 60-70 лет. Вот

именно для таких возрастов..

– Когда стареть начинает организм.

– Конечно, вот для таких возрастов и разрабатывался «Биокорректор Люкс», для того, чтобы помочь человеку по данным тяжелым заболеваниям. То есть, во-первых, Вы поймите, Вы можете взять прибор на всю семью, потому что прибор имеет функцию автонастройки. Он сам определяет заболевание, сам начинает программу лечения и сам ее завершает.

– Просканирует организм, для начала, выявляет где и какие сбои, да?

– Где клетки, так сказать, величина электромагнитного излучения отличается от нормальной и он понимает какой орган работает хорошо, а какой орган работает со сбоем, с болезнью. И таким образом, он подстроится под меня, под Вас, под других членов семьи.

– То есть чисто объективный анализ происходит.

– Естественно! В этом-то и суть, потому что у одного человека гипертония с причиной, скажем, в атеросклерозе сосудов, а у другого человека та же гипертония, но с причиной, скажем, в печени и в почках. Поэтому одно и то же, скажем, лекарство одному человеку поможет, другому не поможет, а третьему навредит, а с «Биокорректором», он сам «Биокорректор Люкс» подстраивается под ваш организм, сам находит нужную программу лечения...

– Ставит точный диагноз, в отличии от врача не ошибается и с максимальной отдачей лечит. Давайте сразу дадим телефон, по которому наши слушатели смогут связаться по специалистом: задать свои вопросы, узнать о скидках, заказать «Биокорректор Люкс.»

– Телефон горячей линии в Москве 84956519090. На данном телефоне постоянно дежурят специалисты, Вы можете задать свой вопрос, спросить насколько может помочь «Биокорректор Люкс» именно при вашем заболевании.

– Имеются противопоказания, необходимо проконсультироваться со

3
специалистом».

Прибор «Биокорректор Люкс» зарегистрирован в установленном законодательством Российской Федерации порядке в качестве медицинского изделия, что подтверждается сведениями, содержащимися в государственном реестре медицинских изделий и организаций (индивидуальных предпринимателей), осуществляющих производство и изготовление медицинских изделий (регистрационный номер медицинского изделия ФСР 2012/14041 от 02.11.2012).

Таким образом, объектом рекламирования в настоящем случае выступает медицинское изделие «Биокорректор Люкс».

Спорная информация распространялась в эфире радиоканала «Радио России», территорией распространения которого являются Российская Федерация и зарубежные страны (свидетельство о регистрации средства массовой информации

№ ФС77-48131 от 30.12.2011), а следовательно, была доступна для восприятия неопределенному кругу лиц.

При этом, под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации как предназначенность для неопределенного круга лиц означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Резюмируя изложенное, рассматриваемая информация отвечает всем законодательно установленным признакам рекламы, а именно: содержит объект рекламирования, распространялась неопределенному кругу лиц и, исходя из способа распространения и содержания, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, а следовательно является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе.

Частью 1 статьи 24 Закона о рекламе установлены общие требования к рекламе лекарственных средств. При этом, согласно части 4 статьи 24 Закона о рекламе, требования пунктов 1 - 8 части 1 статьи 24 Закона о рекламе распространяются также на рекламу медицинских изделий.

Согласно пункту 8 части 1 статьи 24 Закона о рекламе, реклама лекарственных средств (медицинских изделий) не должна гарантировать положительное действие

объекта рекламирования, его безопасность, эффективность и отсутствие побочных действий.

В соответствии с пунктом 17 Медицинских критериев определения степени тяжести вреда, причиненного здоровью человека, утвержденных Приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 24.04.2008 № 194н, расстройство здоровья состоит во временном нарушении функций органов и (или) систем органов, непосредственно связанное с повреждением, заболеванием, патологическим состоянием, обусловившее временную нетрудоспособность.

4

Таким образом, создание впечатления об эффективности медицинского изделия возможно путем указания на факт его положительного влияния на течение болезней, в том числе конкретных, их развития и предупреждения, а также указание на факт положительного влияния такого объекта на нарушения функций органов или систем организма, повреждения, патологические состояния.

Содержание в рекламе медицинского изделия «Биокорректор Люкс» следующих утверждений: «Как раз аппарат «Биокорректор Люкс», дорогие друзья, он лечит с использованием метода микрополяризации, то есть он действительно лечит

клетки организма человека», «...он идеально подходит для пожилых людей у которых

уже в хроническую форму всякие болячки перешли», «...Вы можете взять прибор на всю семью, потому что прибор имеет функцию автонастройки. Он сам определяет заболевание, сам начинает программу лечения и сам ее завершает.», «Мало того, что

здесь практически все возрастные болезни лечатся — сердечно-сосудистые, суставные, эндокринные и даже желудочно-кишечный тракт, так здесь еще минимум

побочных эффектов и противопоказаний, что тоже очень важно!», указывает на положительное влияние данного изделия на течение и продолжительность болезней, что может создать у потребителей рекламы впечатление гарантированной безопасности и эффективности прибора.

Исходя из буквального прочтения рекламы медицинского изделия «Биокорректор Люкс» следует, что она наряду с указанием заболеваний (расстройств здоровья) прямо указывает на возможность положительного влияния данного прибора на течение болезней, в том числе, конкретных. При этом, рассматриваемая реклама не содержит каких-либо указаний на

возможность того, что положительный эффект от использования медицинского прибора «Биокорректор Люкс» не будет достигнут.

Таким образом, при распространении рекламы медицинского изделия «Биокорректор Люкс» установлено нарушение пункта 8 части 1 статьи 24 Закона о рекламе.

Согласно пункту 7 части 1 статьи 24 Закона о рекламе, реклама лекарственных средств (медицинских изделий) не должна создавать впечатление ненужности обращения к врачу.

Между тем, в рассматриваемой рекламе содержатся утверждения: «Ставит точный диагноз, в отличие от врача не ошибается и с максимальной отдачей лечит»,

«...Вы можете взять прибор на всю семью, потому что прибор имеет функцию автонастройки. Он сам определяет заболевание, сам начинает программу лечения и

сам ее завершает».

Таким образом, из рекламы следует, что «Биокорректор Люкс» может самостоятельно применяться всеми возрастными категориями лиц, поскольку аппарат

«сам определяет заболевание, сам начинает программу лечения и сам ее завершает», а

наличие в рекламе утверждения «ставит точный диагноз, в отличие от врача не ошибается», дополнительно подчеркивает отсутствие необходимости в получении предварительной консультации специалиста (врача).

5

При этом необходимо отметить, что медицинское изделие «Биокорректор Люкс», согласно сведениям государственного реестра медицинских изделий и организаций (индивидуальных предпринимателей), осуществляющих производство и изготовление медицинских изделий, относится к медицинским изделиям класса потенциального риска «2а», что учитывая положения приложения № 2 к приказу Минздрава России от 06.06.2012 № 4Н «Об утверждении номенклатурной классификации медицинских изделий», соответствует средней степени риска.

Инструкция по применению названного медицинского изделия содержит ряд противопоказаний к его применению/использованию, в том числе: злокачественные новообразования, нарушения свертываемости крови, острые нарушения мозгового и коронарного кровообращения, беременность, эпилепсия, наличие у пациента имплантируемого электрокардиостимулятора и пр.

Учитывая вышеизложенные обстоятельства, представляется очевидным, что самостоятельное применение (использование) медицинского изделия «Биокорректор Люкс», без предварительной консультации врача, является небезопасным и связано с риском для здоровья потребителей, в то время как в спорной рекламе утверждается обратное.

Таким образом, при распространении рекламы медицинского изделия «Биокорректор Люкс» установлено нарушение пункта 7 части 1 статьи 24 Закона о рекламе.

Согласно пункту 5 статьи 24 Закона о рекламе, реклама лекарственных средств (медицинских изделий) не должна содержать утверждения или предположения о наличии у потребителей рекламы тех или иных заболеваний либо расстройств здоровья.

В спорной рекламе сообщается: «он идеально подходит для пожилых людей

которых уже в хроническую форму всякие болячки перешли», «гипертония, атеросклероз, сахарный диабет, артрит, артрозы, остеохондрозы — все это, в основном, встречается тогда, когда человеку, скажем, уже за 60-70 лет. Вот именно для таких возрастов ... и разрабатывался «Биокорректор Люкс», для того, чтобы помочь человеку по данным тяжелым заболеваниям».

Таким образом, в рассматриваемой рекламе в утвердительной форме говорится о том, что у пожилых людей встречаются такие болезни, как гипертония, атеросклероз, сахарный диабет и т. д. Наличие таких утверждений в совокупности с информацией о том, что данный прибор разрабатывался именно для пожилых людей, приводит к созданию у потребителя рекламы впечатления о наличии у данной возрастной группы определенных заболеваний, в том числе и тяжелых.

Таким образом, при распространении рекламы «Биокорректор Люкс» установлен факт нарушения пункта 5 части 1 статьи 24 Закона о рекламе.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о

6
рекламе, является ненадлежащей.

Таким образом, реклама медицинского изделия «Биокорректор Люкс», распространенная в эфире радиостанции «Радио России» с нарушением пунктов 5, 7, 8 части 1 статьи 24 Закона о рекламе, является ненадлежащей.

Таким образом, установлено нарушение ООО «Здоровье» пунктов 5, 7, 8 части 1 статьи 24 Закона о рекламе.

Местом совершения административного правонарушения является территория распространения средства массовой информации радиоканала «Радио России», в том числе г. Москва.

Время совершения административного правонарушения — 22.09.2014 (дата выявления распространения рекламы медицинского изделия «Биокорректор Люкс» в эфире радиоканала «Радио России»).

Рассматриваемая реклама размещалась на основании Договора № РТРК-111117-003 от 17.11.2011, Договора № РТРК-131218-001 от 18.12.2013, Договора № РТРК-140905-001 от 05.09.2014 (далее - Договор), заключенного между ЗАО «Видео Интернешнл — Радио» и ООО «Здоровье».

В соответствии с пунктом 2.1 Договора, ООО «Здоровье» заказывает, а ЗАО «Видео Интернешнл — Радио», действуя в качестве агента на основании соответствующего договора, заключенного с ФГУП «ВГТРК», обязуется оказать услуги по проведению рекламных кампаний в рамках рекламных проектов ООО «Здоровье», путем размещения рекламы в эфире одного или нескольких каналов в соответствии с условиями настоящего Договора.

В соответствии с пунктом 3.1 Договора, предоставляемые ООО «Здоровье» рекламные материалы по своему содержанию и оформлению должны соответствовать требованиям действующего законодательства Российской Федерации о рекламе и ООО «Здоровье» гарантирует ЗАО «Видео Интернешнл — Радио» соответствие рекламы законодательству Российской Федерации.

Исходя из текста рассматриваемой рекламы, ООО «Здоровье» является продавцом медицинского изделия «Биокорректор Люкс».

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является изготовитель или продавец товара, либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо. Таким образом, рекламодателем рекламы является лицо, в чьих интересах осуществляется

распространение и размещение рекламы. Таким лицом может выступать изготовитель, продавец, фирма, оказывающая услуги, государственный или общественный орган, частное лицо и так далее.

На основании изложенного и принимая во внимание условия договора, а также тот факт, что распространение спорной рекламы осуществлялось по заказу и в интересах ООО «Здоровье» установлено, что ООО «Здоровье» является рекламодателем рассматриваемой рекламы.

Согласно части 6 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных пунктами 5, 7, 8 части 1 статьей 24

7
Закона о рекламе, несет рекламодатель.

Таким образом, ответственность за нарушение пунктов 5, 7, 8 части 1 статьей 24 Закона о рекламе при распространении 22.09.2014 в эфире радиоканала

«Радио России» рекламы медицинского изделия «Биокорректор Люкс» несет ООО «Здоровье».

В соответствии с ч. 1 ст. 2.1 КоАП РФ, административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое КоАП РФ или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

В соответствии с ч. 2 ст. 2.1 КоАП РФ, юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых КоАП РФ или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Вина ООО «Здоровье» состоит в распространении 22.09.2014 в эфире радиоканала «Радио России» рекламы медицинского изделия «Биокорректор Люкс», с нарушением требований пунктов 5, 7, 8 части 1 статьей 24 Закона о рекламе. Должностным лицом Московского УФАС России не установлено объективных обстоятельств, делающих невозможным соблюдение указанных требований.

В соответствии с частью 3 статьи 4.1 КоАП РФ при назначении административного наказания юридическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, имущественное и финансовое положение юридического лица, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

Обстоятельств, смягчающих административную ответственность, а также обстоятельств, отягчающих административную ответственность ООО «Здоровье», не установлено.

В соответствии с частью 5 статьи 14.3 КоАП РФ, нарушение установленных законодательством о рекламе требований к рекламе лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, в том числе методов лечения, а также биологически активных добавок - влечет наложение административного штрафа на юридических лиц - от двухсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Таким образом штраф, подлежащий взысканию, составляет 200 000 рублей.

Руководствуясь статьями 33, 38 Закона о рекламе, статьями 4.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

8

За нарушение части 5 статьи 14.3 КоАП РФ назначить ООО «Здоровье» (адрес: 109428, г. Москва, ул. Зарайская, д. 21, ОГРН 1117746787685, ИНН 7721737749, КПП 772101001) административное наказание в виде административного штрафа в размере 200 000 (двухсот тысяч) рублей. Согласно части 1 статьи 32.2 КоАП РФ административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных ст. 31.5 КоАП РФ.

В соответствии с частью 5 статьи 32.2 КоАП РФ при отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, и информации об уплате административного штрафа в Государственной информационной системе о государственных и муниципальных платежах, по истечении срока, указанного в части 1 настоящей статьи, судья, орган, должностное лицо, вынесшие постановление, направляют в течение десяти суток постановление о наложении административного штрафа с отметкой о его неуплате судебному приставу-исполнителю для исполнения в порядке, предусмотренном федеральным законодательством.

В соответствии с частью 5 статьи 3.5 КоАП РФ сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме. Суммы штрафов, уплаченных за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, зачисляются в соответствующие бюджеты в соотношении:

- 40% в Федеральный бюджет;
- 60% в бюджет субъекта Российской Федерации, на территории которого зарегистрировано ООО «Здоровье», перечислением через банк, обслуживающий хозяйствующий субъект.

Реквизиты для уплаты административных штрафов, предусмотренных за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе (квитанция прилагается):

Получатель: УФК по г. Москве (для Московского УФАС России)

Банк получателя: Отделение 1 Москва

ИНН 7706096339

КПП 770101001

БИК 044583001

р/с 40101810800000010041

КБК 161 1 16 26000 01 6000140

ОКТМО 45375000

Назначение платежа: административный штраф по делу № 4-14.3-896/77-15.

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП РФ неуплата административного

9

штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа.

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражном суде в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

В соответствии с пунктом 1 статьи 31.1 КоАП РФ постановление по делу

об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

Приложение на 1 листе.

10