

РЕШЕНИЕ

30 ноября 2011 г.

г.Барнаул

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, рассмотрев дело № 168-ФАС22-Р/11-11 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту в газете «Сегодня в продаже» № 38 от 01.10.2011 г. рекламы «Алтайский целитель - здоровье без лекарств», в которой усматриваются признаки нарушения п.п.2, 20 ч.3, п.6 ч.5 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее ФЗ «О рекламе»),

в присутствии:

заинтересованных лиц:

учредитель и издатель газеты «Сегодня в продаже» - ООО «Наша газета» (Алтайский край, г.Барнаул, 656023, ул. 4-я Западная, 79), в лице представителя по доверенности К.;

в отсутствие представителей:

главного редактора газеты «Сегодня в продаже» - В. (Алтайский край, г.Барнаул, 656023, ул. 4-я Западная, 79);

лица, заключившего договор на размещение рекламы «Алтайский целитель - здоровье без лекарств» в газете «Сегодня в продаже» - ООО «Время идей» (Алтайский край, г.Барнаул, 656023, ул. 4-я Западная, 79),

УСТАНОВИЛА:

представители главного редактора газеты «Сегодня в продаже» В., ООО «Время идей» на рассмотрение дела не явились, о времени и месте рассмотрения дела извещены своевременно и надлежащим образом (в деле имеются уведомления о вручении почтового отправления).

От В., ООО «Время идей» поступили ходатайства (вхд. № 1927 от 30.11.2011 г., № 1928 от 30.11.2011 г., соответственно) о рассмотрении дела в отсутствие представителей данных лиц.

В соответствии с п.30 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением правительства Российской Федерации от 17.08.2006 г. № 508, данное обстоятельство не является препятствием для рассмотрения дела в отсутствие представителей указанных лиц.

В газете «Сегодня в продаже» № 38 от 01.10.2011 г., размещена рекламная статья «Алтайский целитель - здоровье без лекарств».

Указанная реклама содержит информацию о проведении 16 и 17 октября 2011 г. в ДК «Сибэнергомаш» выставки-продажи ограниченной партии бальзама «Алтайский целитель».

Объектом рекламирования в данной рекламе является медовый бальзам «Алтайский целитель».

Реклама сопровождается предупреждением «О возможных противопоказаниях проконсультируйтесь со специалистом», содержит указание на лечебные свойства бальзама, в том числе посредством отзывов физических лиц об улучшении их состояния в результате применения бальзама, а также содержит информацию о том, что бальзам сертифицирован и имеет медицинские заключения НИИ фармакологии РАМН (г.Москва), Алтайского государственного медицинского университета (АГМУ), кафедра онкологии, онкодиспансера г.Барнаула (2009г.), Медицинской академии (г.Новосибирск); НИИ лимфологии Новосибирского научного центра АН России (г.Новосибирск), Института медико-биологических проблем (г.Москва).

Представитель заинтересованного лица - учредителя и издателя газеты «Сегодня в продаже» К. пояснила, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Бриз». Рекламодателем представлены документы на рекламируемую продукцию, из которых следует, что бальзам «Алтайский целитель» является пищевым продуктом. В состав бальзама входят целебные травы, в связи с чем, бальзам обладает целебными свойствами.

Комиссия, заслушав доводы представителя стороны, изучив материалы дела и исследовав доказательства по делу, дав им надлежащую оценку, пришла к следующим выводам.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006г № 38-ФЗ «О рекламе» под рекламой понимается 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, 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; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Согласно Федеральному закону от 02.01.2000г. № 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов», пищевые продукты - продукты в натуральном или переработанном виде, употребляемые человеком в пищу (в том числе продукты детского питания, продукты диетического питания), бутилированная питьевая вода, алкогольная продукция (в том числе пиво), безалкогольные напитки, жевательная резинка, а также продовольственное сырье, пищевые добавки и биологически активные добавки.

Согласно сертификату соответствия № РОСС RU.АЕ.96.НО4264 от 29.07.2011г., выданному ООО «Сашера-Мед» Федеральным агентством по техническому регулированию и метрологии, бальзам безалкогольный медово-растительный «Алтайский целитель» является пищевым продуктом.

Рассматриваемая рекламная статья «Алтайский целитель – здоровье без

лекарств» содержит следующую информацию относительно объекта рекламирования:

- «...Вот далеко не полный перечень заболеваний, при которых возможно использование бальзама:

при туберкулезе (в комплексе с базовым лечением), тубинфицированность - может препятствовать патологическим изменениям в легких, оказывать разрушительное действие на вирус туба;

при хронических бронхитах, пневмонии, бронхиальной астме, респираторной аллергии, бронхоэктатической болезни - может способствовать устранению воспалительных процессов, нагноительных процессов в легких, приступов кашля, отеков, насморка;

при ишемической болезни сердца, миокардите, гипертонии, инфаркте миокарда, врожденном пороке сердца, кардионеврозе, аритмии, тахикардии и др. - может способствовать улучшению кровоснабжения миокарда, устранению воспалительных процессов миокарда, болей в области сердца, может нормализовать сердечный ритм, улучшать деятельность сердечных мышц, препятствовать образованию холестериновых бляшек и тромбов», а также при многих других заболеваниях возможно положительное действие рекламируемого бальзама.

Реклама сопровождается отзывами физических лиц (14 штук), принимающих бальзам. Отзывы выполнены в форме писем благодарности и содержат информацию об излечении от различных заболеваний в результате применения бальзама.

В соответствии с п.2 ч.3 ст. 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.

В соответствии с п.6 ч.5 ст. 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. Таим образом, в отношении товаров и услуг, не входящих в данный перечень, действует полный запрет на указание в рекламе на их лечебные свойства, т.е. положительное влияние на течение болезни.

Исходя из содержания рекламы бальзам «Алтайский целитель» обладает лечебными свойствами при различных заболеваниях. Лечебные свойства достигаются за счет содержания в нем лекарственных трав, а также желез речного бобра, содержащих мускусное вещество, используемое при лечении заболеваний органов дыхания.

Однако, пищевые продукты, содержащие в своем составе различные растительные комплексы и активные вещества, и непосредственно сами лекарственные травы (лекарственные средства), относятся к разным группам товаров и обладают разными потребительскими свойствами и воздействием на организм человека.

Кроме того, в материалах дела имеется письменное объяснение ООО «Сашера-Мед» (вхд. № 1921 от 30.11.2011г.), являющегося производителем рекламируемого товара, согласно которому, клинические исследования и доказательства физиологического действия бальзама «Алтайский целитель» на организм человека, отсутствуют.

Таким образом, указание в рекламе на лечебные свойства пищевого продукта – бальзама «Алтайский целитель» свидетельствует о недостоверной рекламе относительно назначении, потребительских свойств, об условиях применения данного пищевого продукта, что указывает на нарушение п.2 ч.3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Учитывая, что рекламируемый бальзам не является лекарственным средством, размещенная в рекламе информация о том, что бальзам оказывает положительное влияние на течение различных болезней, противоречит требованиям п.6 ч.5 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с п.11 ч.3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о результатах исследований и испытаний.

Реклама содержит информацию о том, что бальзам «Алтайский целитель» имеет медицинские заключения НИИ фармакологии РАМН (г.Москва), Алтайского государственного медицинского университета (АГМУ), кафедра онкологии, онкодиспансера г.Барнаула (2009г.), Медицинской академии (г.Новосибирск); НИИ лимфологии Новосибирского научного центра АН России (г.Новосибирск), Института медико-биологических проблем (г.Москва).

В соответствии с Федеральным законом от 12.04.2010г. № 61-ФЗ «Об обращении лекарственных средств», медицинское заключение составляется организацией, проводившей клиническое испытание лекарственного препарата для медицинского применения.

Согласно информации, представленной ООО «Сашера-Мед» рекламируемый бальзам не проходил каких-либо клинических испытаний.

На основании вышеизложенного, информация о том, что рекламируемый пищевой продукт - бальзам «Алтайский целитель» имеет медицинские заключения не соответствует действительности, так как рекламируемый продукт не является лекарственным препаратом для медицинского применения, следовательно, имеет место нарушение п.11 ч.3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Размещение рекламы в газете «Сегодня в продаже» производилось на основании пролонгированного договора об оказании услуг № 446/09 от 03.11.2009г., заключенного между ООО «Бриз» и ООО «Время идей», являющегося в соответствии с агентским договором № 1/12-2006 от 01.12.2008г. Агентом ООО

«Наша газета».

Антимонопольным органом установлено, что ООО «Бриз» как недействующее юридическое лицо исключено из Единого государственного реестра юридических лиц в 2009г.

На основании вышеизложенного, от имени ООО «Бриз», правоспособность которого прекращена, рекламу размещают неустановленные лица.

При таких обстоятельствах не представляется возможным установить достоверность рекламной информации, касающейся отзывов физических лиц об улучшении их состояния в результате применения бальзама, что указывает на нарушение п. 10 ч.3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», в соответствии с которым недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о рекомендациях физических или юридических лиц относительно объекта рекламирования либо о его одобрении физическими или юридическими лицами.

Кроме того, в процессе подготовки материалов указанного дела к рассмотрению антимонопольным органом установлено, что реклама бальзама «Алтайский целитель» размещена в газете «Сегодня в продаже» № 29 от 30.07.2011г.

Указанная реклама содержит информацию о проведении 14 и 15 августа 2011г. в ДК «Сибэнергомаш» выставки-продажи ограниченной партии бальзама «Алтайский целитель».

Содержание рекламы идентично содержанию рекламы, размещенной в газете «Сегодня в продаже» № 38 от 01.10.2011г., за исключением того, что в рекламе, размещенной в № 29 газеты отсутствуют отзывы физических лиц и содержится информация о том, что производителем рекламируемого бальзама является ООО «Сашера».

ООО «Сашера», на запрос антимонопольного органа пояснило, что не осуществляет рекламу данного продукта в печатных СМИ и в других средствах массовой информации, договорные отношения с ООО «Бриз» на данную продукцию отсутствуют.

Согласно п.20 ч.3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

На основании вышеизложенного, размещенная в рекламе информация о том, что производителем данного бальзама является ООО «Сашера», содержит нарушение п.20 ч.3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» в связи с тем, что производителем рекламируемого товара является ООО «Сашера-Мед».

Таким образом, в рекламе «Алтайский целитель - здоровье без лекарств», размещенной в газете «Сегодня в продаже» № 38 от 01.10.2011г., выявлены нарушения требований п.п.2, 10, 11 ч.3, п.6 ч.5 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», что указывает на ненадлежащую рекламу.

В рекламе «Алтайский целитель - здоровье без лекарств», размещенной в газете «Сегодня в продаже» № 29 от 30.07.2011г., выявлены нарушения требований

п.п.2, 11, 20 ч.3, п.6 ч.5 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», что указывает на ненадлежащую рекламу.

В соответствии со ст. 38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за данные нарушения Закона о рекламе несет рекламодаделец - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (ст. 3 Федерального закона «О рекламе»), в данном случае не существующее юридическое лицо - ООО «Бриз».

Согласно ст. 33 Федерального закона «О рекламе», антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный надзор за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе:

- предупреждает, выявляет и пресекает нарушения физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе;
- возбуждает и рассматривает дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В соответствии со ст. 36 Федерального закона «О рекламе», антимонопольный орган по собственной инициативе, представлению прокурора, обращениям органов государственной власти или органов местного самоуправления, а также по заявлениям физических лиц или юридических лиц возбуждает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе выдается на основании решения антимонопольного органа о признании рекламы ненадлежащей и содержит указание о прекращении ее распространения.

Таким образом, предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе выдается виновному в нарушении лицу, а также участвующим в рассмотрении дела заинтересованным лицам, причастным к распространению ненадлежащей рекламы и способным прекратить ее распространение.

Содержание рекламы ««Алтайский целитель» - здоровье без лекарств» размещенной в газете «Сегодня в продаже» № 29 от 30.07.2011г., № 38 от 01.10.2011г., позволяет сделать вывод о систематическом распространении указанной рекламы в газете, связанном с проведением в ДК «Сибэнергомаш» выставок-продаж рекламируемого продукта.

При таких обстоятельствах, учитывая, что полномочия антимонопольного органа не распространяются на проверку деятельности хозяйствующих субъектов по проведению выставок - продаж бальзама «Алтайский целитель» в ДК «Сибэнергомаш», а также то, что ненадлежащая реклама данного продукта, размещенная неустановленными лицами, распространяется газетой «Сегодня в продаже» систематически, распространение данной рекламы может повториться.

Руководствуясь частью 2 пункта 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 рекламу «Алтайский целитель - здоровье без лекарств», размещенную в газете «Сегодня в продаже» № 29 от 30.07.2011г., ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования п.п. 2, 11, 20 ч.3, п.6 ч.5 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Признать рекламу «Алтайский целитель - здоровье без лекарств», размещенную в газете «Сегодня в продаже» № 38 от 01.10.2011г., ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования п.п. 2, 10, 11 ч.3, п.6 ч.5 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

3. Вынести предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе ООО «Наша газета», как лицу, причастному к распространению ненадлежащей рекламы и способному прекратить ее распространение.

4. Вынести предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе ООО «Время идей», как лицу, причастному к распространению ненадлежащей рекламы и способному прекратить ее распространение.

Резолютивная часть решения объявлена 30 ноября 2011г.

Решение изготовлено в полном объеме 30 ноября 2011г.

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