РЕШЕНИЕ

«26» октября 2012г. г.Брянск

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

Председатель Комиссии:

<…> – зам. руководителя-начальник отдела Брянского УФАС России,

Члены Комиссии: <…> – зам начальника отдела естественных монополий и рекламы,

<…> – государственный инспектор отдела естественных монополий и рекламы,

рассмотрев дело № 110 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, выразившееся в распространении рекламы лекарственных средств без сопровождения предупреждения о наличии противопоказаний к применению и использованию, а также необходимости получения консультации специалиста,

в присутствии представителя ООО «ООО «Центр цветочной терапии «Баха»» - генерального директора <…>, действующей на основании решения от 11.04.2011г.

УСТАНОВИЛА:

Брянским УФАС России в журнале «Наша психология» №7-8 (64-65) июль-август 2012г., распространяемом на территории Брянской области, обнаружена реклама лекарственных средств.

Так, на странице 9 журнала размещена реклама лекарственного средства «Рескью Ремеди (БАХ)» - скорая помощь при стрессах.

По итогам рассмотрения дела установлено, что в данной рекламе содержится

нарушение положений ч. 7 ст. 24 Федерального закона "О рекламе" №38-ФЗ от 13.06.2012г., в соответствии с которой, реклама лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, медицинской техники должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению или использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. Однако такая существенная информация в журнале отсутствует.

В соответствии с государственным реестром лекарственных средств, размещенном на официальном сайте Минздрава России, указанные препараты прошли государственную регистрацию и отнесены к категориям лекарственных средств.

«Рескью Ремеди (БАХ)» - капли подъязычные гомеопатические, зарегистрированы под № ЛСР-004948/07; спрей подъязычный гомеопатический, зарегистрирован под № ЛСР-004947/07;

В соответствии со статьей 4 Федерального закона от 22.06.1998 г. № 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 РФ от 30.10.2006г. №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.

Таким образом, рекламируемые препараты прошли государственную регистрацию, включены в реестр лекарственных средств, тем самым являются лекарственными средствами и при их рекламе должны соблюдаться требования части 7 статьи 24 Закона о рекламе, т.е. указанная реклама должна быть сопровождена предупреждением о наличии противопоказаний к применению или использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

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, на привлечение внимания к которым направлена реклама. Объектом

рекламирования является предлагаемые рекламой препараты, на которых видно наименование, которое четко идентифицирует данные препараты и индивидуализирует их на рынке лекарственных средств, тем самым вызывая интерес и отвечая всем признакам понятия реклама. Данная реклама адресована неопределенному кругу лиц, так как журнал имеет широкий спектр продаж на территории России.

Таким образом, Комиссией установлено:

1. Информация, размещенная в журнале «Наша психология» №7-8 (64-65) за июль-август 2012г., распространяемом на территории Брянской области, на странице 9 лекарственных средствах «Рескью Ремеди (БАХ)» - скорая помощь при стрессах, является рекламой.

2. В данной рекламе отсутствует пометка с предупреждением о наличии противопоказаний к применению или использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, которая должна сопровождать данную рекламную информацию.

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. В соответствии со статьей 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются. Реклама не соответствующая требованиям законодательства признается ненадлежащей.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за размещение рекламы с нарушением статьи 24 закона «О рекламе» несет рекламодатель. Лицом, определившем объект рекламирования, является ООО «Центр цветочной терапии «Баха», являющееся рекламодателем.

3. Брянским УФАС России выявлена реклама не соответствующая требованиям законодательства о рекламе и лицо, явившееся рекламодателем указанной рекламы – ООО «Центр цветочной терапии «Баха»».

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 ненадлежащей рекламу, размещенную в журнале «Наша психология» №7-8 (64-65) июль-август 2012г. на странице 9 размещено средство «Рескью Ремеди (БАХ)» - скорая помощь при стрессах, поскольку в ней нарушены требования ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе» №38-ФЗ от 13.03.2006г.

2. ООО «Центр цветочной терапии «Баха» выдать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела о нарушении законодательства о рекламе должностному уполномоченному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении.

Решение изготовлено в полном объеме «26» октября 2012 г.

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

Председатель Комиссии <…>

Члены Комиссии

<…>

<…>

ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

«26» октября 2012г. г.Брянск

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

Председатель Комиссии: <…> – зам. руководителя-начальник отдела Брянского

УФАС России,

Члены Комиссии: <…> – зам начальника отдела естественных монополий и рекламы,

<…> – государственный инспектор отдела естественных монополий и рекламы,

на основании своего решения от «26» октября 2012 г. по делу № 110 о признании ненадлежащей рекламы лекарственных средств «Рескью Ремеди (Баха)», размещенной в печатном издании «Наша психология» без указания предупреждения о наличии противопоказаний к применению и использованию, а также необходимости получения консультации специалиста,

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. ООО «Центр цветочной терапии «Баха» прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: привести рекламную информацию, содержащую сведения о лекарственных средствах в соответствие требованиям ч.7 ст.24 ФЗ от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» в печатных изданиях России: сопроводив рекламную информацию предупреждением о наличии противопоказаний к применению и использованию, а также необходимости получения консультации специалиста.

2. ООО «Центр цветочной терапии «Баха» представить в Брянское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания в пятнадцатидневный срок.

В случае невыполнения предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Брянское УФАС России вправе в соответствии с частью 2 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях возбудить дело об административном правонарушении.

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

Председатель Комиссии <…>

Члены Комиссии

<…>

<…>