

РЕШЕНИЕ

11 июля 2014 г.

г. Хабаровск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе

рассмотрев дело № 4-05/58 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения в газете «Максимум рекламы» рекламы ягоды Годжи, в присутствии ИП Бектяшкиной

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства РФ о рекламе в газете «Максимум рекламы» (№ 23 от 13 июня 2014 г.) отслежена следующая реклама:

«Ягода ГОДЖИ! Способствует снижению веса, нормализует уровень сахара в крови, повышает иммунитет, оказывает омолаживающий эффект. 8-924-106-73-37».

Использованные в рекламе потребительские свойства ягоды Годжи свидетельствуют о возможности положительного воздействия объекта рекламирования на организм людей с избыточным весом, повышенном уровне сахара в крови, пониженном иммунитете, а также на процесс омоложения.

В результате оценки рекламы на соответствие требованиям Федерального закона «О рекламе» установлено следующее.

Согласно декларации соответствия № РОСС СN.АГ88.Д11167 от 28.06.2013 г. ягоды Годжи соответствуют требованиям СанПиН 2.3.2.1078-01 (приложение 1, индексы 1.6.2, 1.6.2.2) и ГОСТа Р51074-2003 (п.п. 4.13.2).

На основании части 1 названного СанПиНа область его применения определена как «Гигиенические требования безопасности и пищевой ценности пищевых продуктов», которые устанавливают гигиенические нормативы безопасности и пищевой ценности для человека пищевых продуктов, а также требования по соблюдению указанных нормативов при изготовлении, ввозе и обороте пищевых продуктов.

Настоящими Санитарными правилами установлены гигиенические требования безопасности пищевых продуктов и способности их удовлетворять физиологические потребности человека в основных пищевых веществах и энергии, отвечать требованиям в части органолептических и физико-химических показателей и соответствовать требованиям к допустимому содержанию

химических, радиоактивных, биологически активных веществ и их соединений, микроорганизмов и других биологических организмов, представляющих опасность для здоровья нынешних и будущих поколений.

Следовательно, соответствие продукции «Ягоды Годжи» требованиям индексов 1.6.2. и 1.6.2.2. СанПиНа 2.3.2.1078-01 означает, что она соответствует органолептическим свойствам и безопасна для употребления по допустимому уровню содержания токсичных элементов, нитратов, пестицидов и по микробиологическим показателям.

Кроме того, продукция «Ягоды Годжи» прошла оценку на соответствие требованиям п.п. 4.13.2 ГОСТа Р51074-2003, действие которого распространяется на пищевые продукты отечественного и зарубежного производства, фасованные в потребительскую тару, реализуемые на территории Российской Федерации в оптовой и розничной торговле, поставляемые предприятиям общественного питания, школам, детским, лечебным учреждениям и другим предприятиям, непосредственно связанным с обслуживанием потребителей, и устанавливает общие требования к информации о них для потребителя.

Таким образом, на основании декларации о соответствии, наличие которой является юридическим подтверждением факта соответствия основных характеристик товара требованиям нормативам по безопасности и качеству продукции, пищевой продукт «Ягоды Годжи» не проходил оценку и испытание на способность при употреблении снижать вес, нормализовать уровень сахара в крови, повышать иммунитет и оказывать омолаживающий эффект.

Согласно пункту 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» 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, не допускается.

Следовательно, реклама ягоды Годжи, не имеющая документального подтверждения о ее благоприятном воздействии на организм человека, является ненадлежащей.

Установлено, что рекламораспространителем является ИП Бектяшкина, что подтверждается издательским договором № 1ИВ/2012 от 01.01.2012 г., заключенным между ООО «Издательская группа «Парамон» и ИП Бектяшкиной.

Согласно статье 1 Федерального закона «О рекламе» целями этого закона являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Статьей 33 названного нормативного акта предусмотрены полномочия антимонопольного органа на осуществление государственного контроля в сфере

рекламы, который вправе, в частности, выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям и рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В конкретной ситуации имеет место целенаправленная рекламная акция, направленная на формирование и поддержание интереса к ягодам Годжи и способствующая реализации данной продукции, поэтому прекратить распространение рекламы, содержащей недостоверные сведения о потребительских свойствах объекта рекламирования, способен рекламораспространитель – ИП Бектяшкина.

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 пищевого продукта «Ягоды Годжи», распространенную в газете «Максимум рекламы» (№ 23 от 13 июня 2014 г.), поскольку в ней нарушены требования пункта 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ИП Бектяшкиной предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

Решение изготовлено в полном объеме 11 июля 2014 г.

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

ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения

законодательства Российской Федерации о рекламе

«11» июля 2014 г.

г. Хабаровск

Исследования Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе

на основании своего решения от 11 июля 2014 г. по делу № 4-05/58 о признании подлежащей рекламой пищевого продукта «Ягоды Годжи», распространенной в сети Интернет «Максимум рекламы» (№ 23 от 13 июня 2014 г.), и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

индивидуальному предпринимателю Бектяшкиной в 5-ти - дневный срок со дня вступления настоящего предписания прекратить распространение любыми способами с помощью любых средств рекламы пищевого продукта «Ягоды Годжи», содержащей информацию о ее способности при употреблении снижать вес, нормализовать уровень сахара в крови, повышать иммунитет и оказывать омолаживающий эффект.

2. Индивидуальному предпринимателю Бектяшкиной представить в Хабаровское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания в срок до 18 июля 2014 г.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Хабаровское УФАС России вправе в соответствии с пунктом 2 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на юридическое лицо штраф в размере от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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