РЕШЕНИЕ

«02» сентября 2008 г.
Новосибирск

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

председатель Комиссии – Камнева Н. П.,

члены Комиссии – Виногорова Ю. В., Скоп Е. А., Скорнякова В. Н., Сидельникова Н. С.,

рассмотрев дело № 30 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в отношении Общества с ограниченной ответственностью «Александрия» (далее – ООО «Александрия») по факту размещения в газете «Антенна – Телесемь. Новосибирск» №13 (630) 2008г., стр. 49, рекламной статьи «Лаоджан – лечение мудростью», с признаками нарушения:

- п.1 ст.25 Федерального закона РФ от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее – закон о рекламе), в соответствии с которым, реклама биологически активных добавок и пищевых добавок не должна создавать впечатление о том, что они являются лекарственными средствами и (или) обладают лечебными свойствами;

- п.5 ст.25 закона о рекламе, в соответствии с которым, реклама биологически активных добавок и пищевых добавок не должна создавать впечатление о преимуществах таких добавок путем ссылки на факт проведения исследований, обязательных для государственной регистрации таких добавок, а также использовать результаты иных исследований в форме прямой рекомендации к применению таких добавок;

- п.6 ч.5 ст.5 закона о рекламе, в соответствии с которым, 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 присутствии представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – Общества с ограниченной ответственностью «Александрия» (630091, г. Новосибирск, ул. Ермака, д. 3): <…>, <…>,

УСТАНОВИЛА

Новосибирским УФАС России была проведена инициативная проверка газеты «Антенна – Телесемь. Новосибирск» №13 (630) 2008г. В результате проверки установлено, что на стр.49 размещена рекламная статья: «Лаоджан – лечение

мудростью» следующего содержания:

«Медики бьют тревогу: мир настигла новая эпидемия, и имя ей – лекарственная болезнь… Но и без медикаментов не обойтись, ведь здоровье людей становится не лучше, а совсем наоборот…В наши дни фитотерапия вновь становится востребованной потому, что препараты из лекарственных трав…безвредны,…и сами по себе оказывают выраженное лечебное воздействие при многих серьезных заболеваниях. Подробнее об этом рассказывает главный врач новосибирского медицинского центра «Ли Вест» Александр Пархоменко: …Во многих случаях, когда современные средства лечения оказываются недостаточно эффективными, две медицинские школы объединяют свои усилия, чтобы помочь пациенту…Особое внимание врачей…привлекает отвар «Лаоджан»…Анализ микроэлементного состава отвара «Лаоджан», который проведен в новосибирском НИИ неорганической химии СО РАН, показал: препарат содержит природные витамины..., микроэлементы…Это поистине уникальный по богатству витаминами и микроэлементами сбор лекарственных растений…О чудодейственных свойствах «Лаоджана», способного не только лечить недуги, но также возвращать молодость и продлевать срок жизни…слагались легенды…Основная ценность «Лаоджана» в том, что он одновременно нормализует работу…нейроэндокринной и иммунной систем …с помощью одного только травяного отвара можно…восстановить обменные процессы и тем самым воспрепятствовать старению, а также повысить защитные силы организма… «Лаоджан» издавна использовался при многочисленных заболеваниях и недомоганиях, связанных со старением, таких, как слабость и снижение аппетита, головокружение и шум в ушах, боли и слабость в пояснице и коленях, сердцебиение, бессонница, ночная потливость, нарушения стула, снижение либидо, нарушения менструального цикла, и многих других. Исследования полезных свойств отвара «Лаоджан» и его клинические испытания проводились во многих научных лабораториях страны, в том числе в новосибирском НИИ клинической иммунологии СО РАМН… Отвар способен восстанавливать нарушенный иммунитет и значительно повышать физическую активность человека. Лекарственный сбор «Лаоджан» дает прекрасные результаты при лечении герпесвирусной инфекции… Более подробную информацию об отваре «Лаоджан» можно получить в центральном офисе компании «Ли Вест» по адресу: г. Нововсибирск, ул. Ермака, 3, а также у специалистов медицинского центра «Ли Вест»: г. Новосибирск, ул. Ядринцевская, 14… свид. №77.99.23.3.У.2085.3.06 от 10.03.2006 www.liwest.ru О возможных противопоказаниях проконсультируйтесь у специалистов.»

В соответствии с п.1 ст.3 закона о рекламе, 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.

Из содержания статьи следует, что данная информация, опубликованная в СМИ, является рекламой, т.к. адресована неопределенному кругу лиц с целью привлечения внимания к сбору «Лаоджан» и последующей его реализации.

ООО «Александрия» было представлено Свидетельство о государственной регистрации №77.99.23.3.У.2085.3.06 от 10.03.2006г., выданное на основании экспертного заключения ГУ НИИ питания РАМН №72/Э-7202/б-05 от 15.12.2005г. В

соответствии со свидетельством «Отвар «Лаоджан» является биологически активной добавкой к пище – источник флавоноидов (рутин), дубильных веществ (танин), схизадрина. Это также подтверждается информацией, размещенной на общедоступном сайте www.fp.crc.ru, в разделе «Реестр продукции, прошедшей государственную регистрацию (выданные Федеральной службой, включая Управления)».

В соответствии с п.1 ч.1 ст. 25 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее – закон о рекламе), реклама биологически активных добавок не должна создавать впечатление о том, что они являются лекарственными средствами и (или) обладают лечебными свойствами.

В рекламной статье говорится:

- «…О чудодейственных свойствах «Лаоджана», способного не только лечить недуги, но также возвращать молодость и продлевать срок жизни…»;

- «…он одновременно нормализует работу…нейроэндокринной и иммунной систем…»;

- «…с помощью одного только травяного отвара можно…восстановить обменные процессы и тем самым воспрепятствовать старению, а также повысить защитные силы организма…»;

- «…«Лаоджан» издавна использовался при многочисленных заболеваниях и недомоганиях, связанных со старением, таких, как слабость и снижение аппетита, головокружение и шум в ушах, боли и слабость в пояснице и коленях, сердцебиение, бессонница, ночная потливость, нарушения стула, снижение либидо, нарушения менструального цикла, и многих других…»;

- «…Лекарственный сбор «Лаоджан» дает прекрасные результаты при лечении герпесвирусной инфекции…».

Это является прямым нарушением:

- п.1 ч.1 ст. 25 закона о рекламе, т.к. в контексте статьи у потребителя создается впечатление, что данный препарат обладает лечебными свойствами, является лекарством;

- п.6 ч.5 ст.5 закона о рекламе: в рекламе не допускается указание на лечебные свойства, т.е. положительное влияние на течение болезни, объекта рекламирования.

На комиссии по рассмотрению дела по признакам нарушения законодательства о рекламе представители ООО «Александрия» заявили, что статья «Лаоджан – лечение мудростью» не создает у читателя впечатление о том, что отвар Лаоджан является лекарственным средством и (или) обладает лекарственными свойствами. По мнению представителей, в статье говориться про фитотерапию и о том, что препараты из лекарственных трав (а не конкретно «Лаоджан») оказывают выраженное лечебное воздействие. Также представители пояснили, что были проведены клинические исследования препарата «Лаоджан», подтверждающие заявленные в статье свойства отвара.

Рассмотрев материалы дела, заслушав представителей ответчика, Комиссия не установила в рассматриваемой статье нарушения п.5 ч.1 ст.25 закона о рекламе.

В соответствии с п.5 ст.3 закона о рекламе, рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Как следует из документов, представленных ООО «ИнтерМедиаГрупп Сибирь», рекламодателем данной статьи является ООО «Александрия» (договор №ТС161/08 от 18.02.2008г., Приложение 1 К Договору №ТС161/08 от 18.02.2008г., Заявка на размещение рекламы в еженедельнике ТелеСемь, счет №ТС0872 от 11.03.08г., счет-фактура №3703 от 19.03.08г., Акт выполненных работ от 19.03.2008г., платежное поручение №1235 от 15.04.2008г.).

За нарушение требований, установленных ч.5 ст.5, ч.1 ст.25 закона о рекламе, ответственность несёт рекламодатель (ч.6 ст.38 закона о рекламе), т.е. ООО «Александрия».

В соответствии с п.4 ст.3 закона о рекламе, ненадлежащей признается реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации. Ненадлежащая реклама не допускается. Следовательно, ООО «Александрия» нарушило Федеральный Закон РФ от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе».

Руководствуясь п.1 ч.2 ст.33, ч.1 ст.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 Общество с ограниченной ответственностью «Александрия» нарушившим

- п.1 ч.1 ст. 25 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006г. «О рекламе», в соответствии с которым, реклама биологически активных добавок и пищевых добавок не должна создавать впечатление о том, что они являются лекарственными средствами и (или) обладают лечебными свойствами;

- п.6 ч.5 ст.5 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006г. «О рекламе», в соответствии с которым, 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,

а рекламу: «Лаоджан – лечение мудростью», размещенную в газете «Антенна – Телесемь. Новосибирск» №13 (630) 2008г., стр. 49, ненадлежащей.

2. Выдать Обществу с ограниченной ответственностью «Александрия» предписание о прекращении нарушения п.1 ч.1 ст. 25, п.6 ч.5 ст.5 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006г. «О рекламе».

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу

Новосибирского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме «08» сентября 2008 г.

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

Председатель Комиссии Н. П. Камнева

Члены Комиссии Ю. В. Виногорова

Е. А.Скоп

В. Н. Скорнякова

Н. С. Сидельникова

ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

«02» сентября 2008 г. г. Новосибирск

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

председатель Комиссии – Камнева Н. П.,

члены Комиссии – Виногорова Ю. В., Скоп Е. А., Скорнякова В. Н., Сидельникова Н. С.,

на основании своего решения от 02 сентября 2008 г. по делу № 30 в отношении Общества с ограниченной ответственностью «Александрия» о признании рекламы: «Лаоджан – лечение мудростью», размещенной в газете «Антенна – Телесемь. Новосибирск» №13 (630) 2008г., на стр. 49 ненадлежащей, и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения

антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ

1. Обществу с ограниченной ответственностью «Александрия» в десятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006г. «О рекламе», а именно:

- не допускать распространения рекламы, создающей впечатление о том, что биологически активные добавки и пищевые добавки являются лекарственными средствами и (или) обладают лечебными свойствами, т.е. с нарушением п.1 ч.1 ст. 25 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006г. «О рекламе»;

- не допускать распространения рекламы с указанием 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, т.е. с нарушением п.6 ч.5 ст. 5 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006г. «О рекламе».

2. Обществу с ограниченной ответственностью «Александрия» (фактический адрес: 630091, г. Новосибирск, ул. Ермака, д. 3) представить в Новосибирское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 27 сентября 2008 г.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Новосибирское УФАС России вправе в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей, на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Председатель Комиссии Н. П. Камнева

Члены Комиссии Ю. В. Виногорова

Е. А.Скоп

В. Н. Скорнякова

Н. С. Сидельникова