

ИП <...>

<...>

(с уведомлением)

Руководителю Управления
Федеральной антимонопольной
Службы по Республике Татарстан

<...>

ул. Московская, 55

г. Казань, 420021

(с уведомлением)

e-mail: to16@fas.gov.ru

РЕШЕНИЕ по делу № 944-12-Р

20 декабря 2012 года

г. Пермь

Резолютивная часть решения объявлена 12 декабря 2012 года.

В полном объеме решение изготовлено 20 декабря 2012 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Пермскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель
Комиссии <...>

Члены Комиссии: <...>

<...>

рассмотрев материалы дела № 944-12-Р в отношении ИП <...> (<...>) (далее - Ответчик), возбужденное по материалам, направленным УФАС по Республике Татарстан (вх. № 14869-12 от 19.10.2012 г.), с признаками нарушения п.6 ч.5 ст.5, пп. 1, 2 ч.1 ст.25 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»),

- в отсутствие ИП <...> (в материалах дела имеются доказательства надлежащего извещения ИП <...> о месте и времени рассмотрения дела № 944-12-Р),

Ходатайств об отложении рассмотрения дела не поступало.

УСТАНОВИЛА:

В адрес Пермского УФАС России поступили материалы, направленные УФАС по Республике Татарстан (вх. № 9294-12 от 02.07.2012 г.).

Из материалов следует, что в еженедельнике «Metro Казань и весь мир» № 20 (27) от 04 июня 2012 г. (регистрационное свидетельство ПИ № ТУ 16-00641 от 08 ноября 2011 г.), распространяемом в г. Казань, размещена реклама под заголовком «Алтайский Дар Долголетия – бальзам ЧемЧудой-Панто».

Определением о возбуждении производства по делу № 944-12-Р по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе (исх. № 13010-12 от 15.11.2012 г.) у ИП <...> запрошен ряд документов, в том числе копии сопроводительных документов на бальзам «ЧемЧудой-Панто» (сертификаты соответствия, санитарно-эпидемиологические заключения и т.п.). Данные документы ИП <...>. представлены не были.

Комиссия считает возможным рассмотреть настоящее дело исходя из имеющихся доказательств.

Исследовав материалы дела, Комиссия приходит к следующим выводам.

На странице 11 еженедельника «Метро Казань и весь мир» № 20 (27) от 04 июня 2012 г. размещена реклама под заголовком «Алтайский Дар Долголетия – бальзам ЧемЧудой-Панто» следующего содержания:

«...Бальзам назван «Чем ЧУДОй-Панто» не зря. Снимает боль, нормализует давление, изгоняет депрессию, улучшает настроение и сон. Бывали случаи, и их немало, когда «ЧемЧудой-Панто» ставил на ноги, казалось бы, безнадежных больных, вдыхал энергию жизни в сломленных болью людей. Как известно, ученые-медики стараются избегать слова «чудо», но в данном случае наука использовала многовековой опыт народной медицины и явила именно его. И чудо вполне объяснимое...» (полный текст рекламы имеется в представленных материалах).

При этом указанная реклама содержит ссылки на конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния в результате применения препарата «ЧемЧудой-Панто».

Как следует из содержания указанной рекламы, распространяемый продукт применяется для лечения различных заболеваний, при этом достигается положительный лечебный эффект.

П. 6 ч. 5 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» запрещает указывать 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.

При этом в тексте указанной рекламы содержатся ссылки на конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния в результате применения рекламируемых продуктов, а также приводятся выражения благодарности физическими лицами в связи с применением таких продуктов в лечении заболеваний вплоть до полного излечения, в том числе следующего содержания:

«...Также у меня гипертония. После месяца употребления отказалась от утренней дозы лекарств при таких недугах, как аритмия и давление...»

«...В феврале 2010 года я приобрела «ЧемЧудой», и вот результат. В августе 2010 года я прошла обследование: кардиограмма хорошая, печень здоровая, улучшилось зрение...»

В соответствии с информацией, размещенной в тексте рекламы, «Бальзам «ЧемЧудой-Панто» является биологически активной добавкой на основании санитарно-эпидемиологического заключения № 26.ПЦ.01.916.П.000249.09.07 от 03.09.2007г., сертификат соответствия № РОСС RU.ПТ 12.НО2314 от 07.09.2007г.

Согласно пп. 1,2 ч. 1 ст. 25 Федерального закона «О рекламе» реклама

биологически активных добавок и пищевых добавок **не должна**:

- 1) создавать впечатление о том, что они являются лекарственными средствами и (или) обладают лечебными свойствами;
- 2) содержать ссылки на конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния в результате применения таких добавок.

Таким образом, в данной рекламе нарушены требования п. 6 ч. 5 ст.5 и пп. 1, 2 ч. 1 ст. 25 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с п. 4 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение требований ч. 5 ст. 5, ст. 25 Закона несет рекламодаделец.

Согласно п. 5 ст. 3 Федерального закона «О рекламе», рекламодаделец – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Установлено, что, в соответствии с договором № 557 об оказании услуг по размещению рекламы от 14.09.2011г., заключенным между ООО <...> (Исполнитель) и ИП <...> (Заказчик), рекламодателем указанной рекламы является ИП <...> (<...>).

Таким образом, в соответствии с положениями ст.3 Федерального закона «О рекламе», рекламодателем рекламы БАДа «Бальзам ЧемЧудой-Панто», размещенной на странице 11 еженедельника «Метро Казань и весь мир» № 20 (27) от 04 июня 2012г, распространенной на территории г. Казань, является – ИП <...> (<...>).

На основании вышеизложенного, руководствуясь ст. 33 и ч. 1 ст. 36 Федерального закона «О рекламе», и в соответствии с п.п. 37-45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу биологически активной добавки «Бальзам «ЧемЧудой-

Панто», размещенную на странице 11 еженедельника «Metro Казань и весь мир» № 20 (27) от 04.06.2012г., ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования п.6 ч.5 ст.5, пп. 1, 2, ч.1 ст.25 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ИП <...> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному лицу для решения вопроса о возбуждении в отношении ИП <...> административного дела по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 20 декабря 2012 года.

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

Председатель Комиссии

<...>

<...>

Члены Комиссии

<...>

ПРЕДПИСАНИЕ № 944-12-Р

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе

20 декабря 2012 года

г. Пермь

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Пермскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель
Комиссии: <...>

Члены Комиссии: <...>

<...>

на основании своего решения от 20.12.2012г. по делу № 944-12-Р о признании ненадлежащей рекламы биологически активной добавки «Бальзам «ЧемЧудой-Панто», размещенной на странице 11 еженедельника «Metro Казань и весь мир» № 20 (27) от 04.06.2012г., поскольку в ней нарушены требования п.6 ч.5 ст.5, пп. 1, 2 ч.1 ст.25 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», пунктами 44-45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ИП <...> (<...>) в **десятидневный срок** со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение п.6 ч.5 ст.5, пп. 1, 2 ч.1 ст.25 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», а именно:

- не допускать в рекламе биологически активных добавок указание на лечебные свойства объекта рекламирования, то есть положительное влияние на течение болезни;

- не допускать рекламу биологически активных добавок, которая создает впечатление о том, что они являются лекарственными средствами и (или) обладают лечебными свойствами, а также содержит ссылки на конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния в результате применения таких добавок.

2. ИП <...> в **срок до 20 января 2013 года** представить в Пермское УФАС России документальное подтверждение исполнения п.1 настоящего предписания.

В соответствии с ч.2.4 ст.19.5 КоАП РФ невыполнение в установленный срок законного решения, предписания федерального антимонопольного органа, его территориального органа о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе влечет наложение административного штрафа на должностных лиц 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 статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

<...>

<...>

Члены Комиссии

<...>