

РЕШЕНИЕ

по делу № 11-03-24-02/225

23 мая 2011 г. г. Волгоград

Резолютивная часть решения оглашена 11 мая 2011 г.

Решение изготовлено в полном объеме 23 мая 2011 г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Волгоградской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе,

рассмотрев дело № 11-03-24-02/225, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы прибора «Кардиомаг», размещенной в печатных изданиях газеты «Ваша газета» № 37 от 23 сентября 2010 г. и газеты «Блокнот Волгограда» № 50 (396) за 10-16 июля 2010 г. с нарушением п.2 ч.1 и ч.4 ст. 24 и п.11 ч.3. ст. 5 ФЗ от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе»,

в отсутствие ИП О.А.П. (не явился, надлежащим образом извещен) – просил рассмотреть дело в его отсутствие.

УСТАНОВИЛА:

Специалистами отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы Волгоградского УФАС России по собственной инициативе был проведен мониторинг рекламы прибора «Кардиомаг», размещенной в печатных изданиях газеты «Ваша газета» № 37 от 23 сентября 2010 г. и газеты «Блокнот Волгограда» № 50 (396) за 10-16 июля 2010 г.

По результатам мониторинга установлено следующее:

В печатных изданиях газеты «Ваша газета» № 37 от 23 сентября 2010 г. и газеты «Блокнот Волгограда» № 50 (396) за 10-16 июля 2010 г. размещена реклама кристаллического электромагнитного аппликатора «Кардиомаг», который приносит облегчение или полное восстановление здоровья людям, страдающим гипертонией.

Согласно п.п.1 ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «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. Информация, размещенная в вышеуказанных печатных изданиях, является рекламой:

- распространена посредством размещения в печатных изданиях в форме информационной статьи;
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (аппликатору «Кардиомаг»);
- направлена на формирование или поддержание интереса к объекту рекламирования и его продвижение на рынке;
- адресована неопределенному кругу лиц. В соответствии с письмом Федеральной антимонопольной службы от 05.04.2007г. № АЦ / 4624 в рамках понятия рекламы, закрепленного ст. 3 ФЗ РФ «О рекламе» под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве

получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Соответственно, распространение информации об аппликаторе «Кардиомаг», должно признаваться распространением среди неопределенного круга лиц, поскольку заранее невозможно определить всех лиц, для которых такая информация будет доведена.

В соответствии с требованиями ч. 11 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства России.

Согласно требованиям п.2 ч.1 и ч.4 ст. 24 ФЗ от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», реклама медицинской техники не должна содержать ссылки на конкретные случаи излечения от заболеваний, улучшения состояния здоровья человека в результате применения объекта рекламирования.

В соответствии с представленной копией регистрационного удостоверения № ФСР 2008/01626 устройство-аппликатор кристаллический электромагнитный для воздействия на БАТ и БАЗ «КРИТОН-К-5/25» («Кардиомаг») является изделием медицинской техники.

В нарушение требований п.2 ч.1 и ч.4 ст. 24 Закона «О рекламе» реклама прибора «Кардиомаг» содержит ссылки на конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния в результате применения таких добавок. Так, на странице, где размещена реклама прибора «Кардиомаг» непосредственно рядом с текстом представлены отзывы граждан, в которых последние указывают на то, что после применения прибора «Кардиомаг» у них очевидным образом улучшилось состояние здоровья. В частности, Полина Разумовская сообщает: «Сестра после аварии получила травму головы. Несколько лет мучили ужасные головные боли. Ничего не помогало. Случайно приобрела прибор «Кардиомаг». Сейчас она чувствует себя значительно лучше, боли ушли».

Информация о существенном улучшении состояния здоровья после применения прибора «Кардиомаг» содержится также в сообщениях Цыганковой Л.В., Казьмина, Гуровой Т.В.

Также в данной статье указано, что «по данным испытаний в СПб Государственной медицинской Академии им. Мечникова, понижение давления наступает в течение часа, а при регулярном применении «Кардиомаг» обеспечивает устойчивый оздоровительный и профилактический эффект».

Однако, согласно письму ГОУ ВПО «Санкт-Петербургская государственная медицинская академия им. Мечникова Федерального агентства по здравоохранению и социальному развитию», проведение испытаний прибора «Кардиомаг» в клиниках академии не производилось.

Отношения по распространению рассматриваемой рекламы урегулированы договором, заключенным между ООО _____ и ИП О.А.П..

Рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП О.А.П.

В своих письменных объяснениях по факту, послужившему основанием для возбуждения дела, ИП О.А.П. пояснил, что не считает, что размещенная им реклама содержит признаки нарушения ФЗ о рекламе в части имеющихся ссылок на конкретные случаи исцеления людей, так как высказывания, приведенные в тексте рекламы, содержат утверждения граждан в виде субъективного мнения, то есть личную субъективную оценку, которая никого ни к чему не обязывает и не понуждает. Случаев исцеления в них не упоминается.

Объяснения ИП О.А.П. приобщены к материалам дела, но не могут быть приняты комиссией во внимание, поскольку данная реклама содержит ссылки на конкретные случаи улучшения состояния здоровья человека в результате

применения кристаллического электромагнитного аппликатора «Кардиомаг». Согласно п.11 ч.3. ст. 5 ФЗ «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о результатах исследований и испытаний.

В соответствии с п. 4 ст. 3 ФЗ от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Таким образом, рассматриваемая реклама является ненадлежащей, поскольку нарушены требования п.2 ч.1 и ч.4 ст. 24 и п.11 ч.3. ст. 5 ФЗ от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».

В соответствии с п. 6 статьи 38 ФЗ от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных п. 11 ч. 3 ст. 5 и ст. 24, несет рекламоатель.

Рекламоателем рассматриваемой рекламы является индивидуальный предприниматель О.А.П..

На основании вышеизложенного и руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 г. № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу кристаллического электромагнитного аппликатора «Кардиомаг», размещенную в печатных изданиях газеты «Ваша газета» № 37 от 23 сентября 2010 г. газеты «Блокнот Волгограда» № 50 (396) за 10-16 июля 2010 г. ненадлежащей.

2. Выдать ИП О.А.П. предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе;

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Волгоградского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении по ч.1 ст. 14.3 КоАП РФ.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд Волгоградской области в течение трех месяцев со дня вынесения решения в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.