

<...>

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 377

«13» марта 2012 года

г. Красноярск

Резолютивная часть решения оглашена 07.03.2012.

В полном объеме решение изготовлено 13.03.2012.

Комиссия Красноярского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: Председатель Комиссии – Харченко О.П., члены Комиссии: Чуракова О.А. – главный специалист-эксперт, Степанова В.С. – специалист-эксперт, рассмотрев дело № 377, возбужденное по признакам нарушения ООО «Бриз» <...> законодательства Российской Федерации о рекламе, в отсутствие представителя ООО «Бриз»,

УСТАНОВИЛА:

Во исполнение соглашения о порядке взаимодействия от 10.10.2011 Управление

Росздравнадзора по Красноярскому краю направило в адрес Красноярского УФАС России информацию, полученную в результате проведенного анализа рекламы за октябрь месяц 2011 г. (вх. № 19605 от 10.11.2011).

В ходе рассмотрения полученной информации управлением было установлено следующее. В рекламно-информационном издании «Шанс» № 42 от 30 октября 2011 года распространялась Реклама следующего содержания: «Алтайский целитель – здоровье без лекарств ... Вот далеко не полный перечень заболеваний при которых доказана клиническая эффективность бальзама: при нарушениях и изменениях предстательной железы у мужчин; при повышенном давлении; при хронической усталости и депрессии; при нарушении кровообращения, нарушения умственной активности, интенсивной потере зрения, шуме в ушах; при нарушении эластичности сосудов, образовании тромбов; при неблагоприятных изменениях щитовидной железы, при повышенном содержании сахара в крови; при хронических гинекологических воспалительных процессах, импотенции и бесплодии ... при хронических бронхитах, пневмонии, бронхиальной астме, респираторной аллергии, бронхоэктатической болезни ... В отличии от синтетических таблеток и микстур этот бальзам лечит не последствия болезни, а ее первопричины, не обладает побочными эффектами...» (далее – Реклама).

В соответствии с пунктом 6 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» 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 соответствии с информацией, представленной Управлением Росздравнадзора по Красноярскому краю «Бальзам «Алтайский целитель» не зарегистрирован в Государственном реестре лекарственных средств как лекарственное средство. Однако в Рекламе содержится указание на лечебные свойства, то есть положительное влияние «Бальзам «Алтайский целитель» на течение болезни.

Таким образом, рассматриваемая Реклама содержит признаки нарушения требований пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 6 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», несет рекламодатель.

В результате рассмотрения Рекламы Красноярским УФАС России было принято решение о возбуждении в отношении ООО «Бриз» дела № 377 по признакам нарушения пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Определение о возбуждении дела № 377 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в адрес ООО «Бриз» было направлено заказным письмом с уведомлением (исх. № 20116 от 02.12.2011). На рассмотрение дела представитель ООО «Бриз» не явился, запрошенные документы и сведения не представлены.

На момент рассмотрения дела Комиссия Красноярского УФАС России не располагала информацией о надлежащем уведомлении ООО «Бриз» о времени и месте рассмотрения дела.

Красноярское УФАС России не располагало надлежащей информацией об адресе местонахождения ООО «Бриз».

В связи с необходимостью установления местонахождения лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе рассмотрение дела № 377 было приостановлено.

Красноярское УФАС России запросило в МИФНС России № 46 по городу Москве (исх. № 21 870 от 26.12.2011) выписку из ЕГРЮЛ об ООО «Бриз».

В адрес Красноярского УФАС России от МИФНС России № 46 по городу Москве поступила выписка из ЕГРЮЛ по ООО «Бриз» (вх. № 1 028 от 25.01.2012), из которой установлено, что юридический адрес ООО «Бриз» - <...>.

Определение о возобновлении производства по делу № 377 (исх. № 1264 от 02.02.2012) было направлено в юридический адрес ООО «Бриз» - <...> от

В ходе рассмотрения дела и анализа имеющихся материалов Комиссия Красноярского УФАС России установила следующее.

В рекламно-информационном издании «Шанс» № 42 от 30 октября 2011 года распространялась Реклама следующего содержания: «Алтайский целитель – здоровье без лекарств ... Вот далеко не полный перечень заболеваний при которых доказана клиническая эффективность бальзама: при нарушениях и изменениях предстательной железы у мужчин; при повышенном давлении; при хронической усталости и депрессии; при нарушении кровообращения, нарушения умственной активности, интенсивной потере зрения, шуме в ушах; при нарушении эластичности сосудов, образовании тромбов; при неблагоприятных изменениях щитовидной железы, при повышенном содержании сахара в крови; при хронических гинекологических воспалительных процессах, импотенции и бесплодии ... при хронических бронхитах, пневмонии, бронхиальной астме, респираторной аллергии, бронхоэктатической болезни ... В отличии от синтетических таблеток и микстур этот бальзам лечит не последствия болезни, а ее первопричины, не обладает побочными эффектами...»

Согласно Федеральному закону «О рекламе» реклама – 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.

Указанная информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к препарату «Бальзам «Алтайский целитель», формирование и поддержание интереса к нему, и его продвижение на рынке.

Таким образом, рассмотренная выше информация является рекламой препарата «Бальзам «Алтайский целитель».

В соответствии с пунктом 6 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» 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.

Комиссия Красноярского УФАС России в результате изучения Рекламы установила, что использование следующих словосочетаний: «...Вот далеко не полный перечень заболеваний при которых доказана клиническая эффективность бальзама: при нарушениях и изменениях предстательной железы у мужчин; при повышенном давлении; при хронической усталости и депрессии; при нарушении кровообращения, нарушения умственной активности, интенсивной потере зрения, шуме в ушах; при нарушении эластичности сосудов, образовании тромбов; при неблагоприятных изменениях щитовидной железы, при повышенном содержании сахара в крови; при хронических гинекологических воспалительных процессах, импотенции и бесплодии ... при хронических бронхитах, пневмонии, бронхиальной астме, респираторной аллергии, бронхоэктатической болезни ... В отличии от синтетических таблеток и микстур этот бальзам лечит не последствия болезни, а ее первопричины, не обладает побочными эффектами...» позиционирует препарат «Бальзам «Алтайский целитель» как лекарственное средство.

В соответствии с информацией, представленной Управлением Росздравнадзора по Красноярскому краю «Бальзам «Алтайский целитель» не зарегистрирован в Государственном реестре лекарственных средств как лекарственное средство. Однако в Рекламе содержится указание на лечебные свойства, то есть положительное влияние «Бальзам «Алтайский целитель» на течение болезни.

Таким образом, учитывая вышеизложенные обстоятельства, Комиссией Красноярского УФАС установлено, что Реклама нарушает требования пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 6 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», несет рекламодатель.

В силу статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Комиссией Красноярского УФАС России установлено, что Реклама размещена на основании договора № Ш-796.10\ 11 оказания рекламных услуг от 01.10.2011, заключенного между ООО «Бриз» и ООО «Юнитмедиа». Договор № Ш-796.10\ 11 оказания рекламных услуг от 01.10.2011 заключен на срок до 30.11.2011, если ни одна из сторон не заявит о прекращении обязательства по договору до окончания указанного срока, то его действие продляется на один год. Количество таких пролонгаций не ограничено.

На основании изложенного рекламодателем рассматриваемой Рекламы является ООО «Бриз».

На момент рассмотрения дела в адрес Красноярского УФАС России ООО «Бриз» не было представлено доказательств устранения нарушения требований Федерального закона «О рекламе».

На основании изложенного, руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального Закона №38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42, 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, распространяемую ООО «Бриз», поскольку в ней нарушены требования пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ООО «Бриз» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Красноярского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 КоАП РФ.

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

Председатель Комиссии

О.П. Харченко

Члены Комиссии

О.А. Чуракова

В.С. Степанова

Степанова Варвара Сергеевна

(391) 265-02-19

ООО «Бриз»

<...>

ПРЕДПИСАНИЕ № 377 О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

«13» марта 2012 года

г. Красноярск

Комиссия Красноярского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: Председатель Комиссии - Харченко О.П., заместитель руководителя управления – начальник аналитического отдела, члены Комиссии: Чуракова О.А. – главный специалист-эксперт, Степанова В.С. – специалист-эксперт на основании своего решения от 13 марта 2012 года по делу № 377 о признании ненадлежащей рекламы, распространяемой ООО «Бриз» <...>, в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального Закона №38-ФЗ «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ООО «Бриз» в пятнадцатидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: исключить распространение рекламы, следующего содержания: «Алтайский целитель – здоровье без лекарств ... Вот далеко не полный

перечень заболеваний при которых доказана клиническая эффективность бальзама: при нарушениях и изменениях предстательной железы у мужчин; при повышенном давлении; при хронической усталости и депрессии; при нарушении кровообращения, нарушения умственной активности, интенсивной потере зрения, шуме в ушах; при нарушении эластичности сосудов, образовании тромбов; при неблагоприятных изменениях щитовидной железы, при повышенном содержании сахара в крови; при хронических гинекологических воспалительных процессах, импотенции и бесплодии ... при хронических бронхитах, пневмонии, бронхиальной астме, респираторной аллергии, бронхоэктатической болезни ... В отличии от синтетических таблеток и микстур этот бальзам лечит не последствия болезни, а ее первопричины, не обладает побочными эффектами...», нарушающей требования пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» или привести рассматриваемую рекламу в соответствии с требованиями пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. ООО «Бриз» представить в пятидневный срок с момента исполнения пункта 1 настоящего предписания в адрес управления доказательства прекращения нарушения законодательства о рекламе.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Красноярское УФАС России вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от пяти тысяч до десяти тысяч рублей; на юридических лиц – от двухсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Председатель Комиссии

О.П. Харченко

Члены Комиссии

О.А. Чуракова

В.С. Степанова

Степанова Варвара Сергеевна

(391) 265-02-19

- [reshenie_i_predpisanie_ooo_briz_altayskiy_celitel.doc](#)