

## РЕШЕНИЕ

«13» апреля 2012 г.

г. Брянск

Комиссия Брянского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

председатель Комиссии:

<...>,

рассмотрев дело № 35 в отношении ООО «Бриз», <...> по факту распространения рекламы бальзама «Сибирский», содержащей признаки нарушения Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе»,

в присутствии лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе - представителя ИП <...>

### УСТАНОВИЛА:

В газете «Экспресс реклама» в выпуске № 1 (583) от 15 января 2012г. была обнаружена реклама бальзама «Сибирский». Реклама начинается в виде письма неизвестной женщины, рассказывающей, что у дочери случился инсульт. «...До сих пор перед глазами картина – как она упала и не могла подняться. Сведенной судорогой лицо и лишь невнятные звуки вместо слов, плач внучки... Парализовала правую сторону... Но господь помог нам. Знакомый охотник принес однажды настойку на основе сибирских трав. Дочери стало легче уже на третий день, через полгода мы окончательно победили последствия того страшного удара».

Далее рассказывается, что работа научно-исследовательских институтов в Сибири, привела к созданию легендарного уникального бальзама «Сибирского» - «...удивительной вещи, дарующей жизнь без боли... Аналогов «Бальзаму «Сибирскому» нет и заменить его компоненты или изменить рецептуру, без снижения эффективности, нельзя! ...В каких же заболеваниях применяют бальзам «Сибирский»? В накопленной практике есть все: от простуды до инсульта. Пользуются при таких заболеваниях: заболевания сердечно сосудистой системы (гипертония, стенокардия, вегетососудистая дистония, сердечный приступ, постинсультное состояние, варикозное расширение вен, отек ног; поражения опорно-двигательного аппарата (остеохондроз, радикулит, болезни суставов, артрит, артроз, миозит, вывихи) и т.д.».

Далее приведены 5 писем благодарных потребителей, которые красочно описывают болезни (бронхиальная астма, дисбактериоз, простатит, аденома предстательной железы, остеохондроз, инсульт и т.д.), от которых избавились с помощью бальзама «Сибирский».

В соответствии со ст. 3 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ 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; объект рекламирования - товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие.

Ненадлежащей признается реклама, в которой допущены нарушения требований к ее содержанию, времени, месту и способу распространения, установленных законодательством Российской Федерации в силу ст. 2 ФЗ «О рекламе».

Согласно статье 33 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ "О рекламе" антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный контроль за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе: предупреждает, выявляет и пресекает нарушения физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе.

ФАС России наделила Брянское УФАС полномочиями на возбуждение и рассмотрение дела.

Согласно пункта 6 части 5 статьи 5 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ 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.

Этот перечень товаров и услуг является исчерпывающим и не подлежит расширительному толкованию. В отношении товаров и услуг, не входящих в данный перечень, действует полный запрет указывать в их рекламе на лечебные свойства, т.е. положительное влияние на течение болезни.

В соответствии со [статьей 4](#) Федерального закона от 22.06.1998 N 86-ФЗ "О лекарственных средствах" (далее - Закон о лекарственных средствах) лекарственные средства это вещества, применяемые для профилактики, диагностики, лечения болезни, предотвращения беременности, полученные из крови, плазмы крови, а также органов, тканей человека или животного, растений, минералов, методами синтеза или с применением биологических технологий. К лекарственным средствам относятся также вещества растительного, животного или синтетического происхождения, обладающие фармакологической активностью и предназначенные для производства и изготовления лекарственных средств (фармацевтические субстанции).

Согласно [статье 19](#) Закона о лекарственных средствах лекарственные средства могут производиться, продаваться и применяться на территории Российской Федерации, если они зарегистрированы федеральным органом исполнительной власти, в компетенцию которого входит осуществление государственного контроля и надзора в сфере обращения лекарственных средств.

Приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 30.10.2006 N 736 утвержден Административный [регламент](#)

Федеральной службы по надзору в сфере здравоохранения и социального развития по исполнению государственной функции по государственной регистрации лекарственных средств.

В соответствии с этим [Регламентом](#) документом, подтверждающим факт государственной регистрации лекарственного средства, является регистрационное удостоверение.

Как лекарственное средство бальзам «Сибирский» не зарегистрирован, то есть лекарственным средством не является, что исключает возможность указания в рекламе этого продукта на его лечебные свойства, в том числе профилактические.

Изучая данный текст рекламы, создается впечатление о необходимости применения средства, которое обладает лечебными свойствами (пользуются им при таких заболеваниях: гипертония, стенокардия и т.д., снимает стрессы, повышает иммунитет, изгоняет бессонницу, применяют при сахарном диабете и онкологии и т.д.).

Это свидетельствует о намерении рекламодателя привлечь внимание покупателей к рекламируемому бальзаму именно как к средству, оказывающему профилактическое и лечебное воздействие.

Таким образом, данная реклама нарушает **пункт 6 части 5 статьи 5** ФЗ № 38-ФЗ от 13 марта 2006 года «О рекламе».

Исследовав материалы дела, Комиссия пришла к выводу о необходимости переqualифицировать нарушение с пунктов 1, 2, 3 части 1 статьи 25 Закона о рекламе на нарушение части 7 статьи 7, части 7 статьи 5, пункт 2 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Согласно части 7 статьи 7 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ не допускается реклама товаров, на производство и (или) реализацию которых требуется получение лицензий или иных специальных разрешений, в случае отсутствия таких разрешений.

В качестве биологически-активной добавки к пище или пищевой добавки бальзам «Сибирский» не зарегистрирован. В реестре продукции, прошедшей государственную регистрацию Федеральной службой по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека, бальзам «Сибирский» не значится. Следовательно, свидетельство о государственной регистрации бальзама отсутствует.

Согласно пункта 2 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ недостоверной признается 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.

В рекламе бальзама, содержатся не соответствующие действительности сведения о потребительских свойствах товара, т.к. препарат не обладает лечебными и профилактическими свойствами в виду отсутствия регистрации в

качестве лекарственного средства.

Также не нашла своего подтверждения информация о наличии санитарно-эпидемиологического заключения (СЭЗ) на бальзам «Сибирский». Так под СЭЗ № 04.01.01.918 П 000060.10.08 от 06.10.2008, ссылка на который имеется в рекламе, зарегистрированы безалкогольные напитки «Медовые взвары». Так, данная информация о наличии СЭЗ является недостоверной.

Таким образом, данная реклама нарушает **часть 7 статьи 7 и пункт 2 части 3 статьи 5** ФЗ № 38-ФЗ от 13 марта 2006 года «О рекламе».

В соответствии с [частью 7 статьи 5](#) Закона N 38-ФЗ не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Между тем, установлено, что данный продукт обязательной сертификации не подлежит, сертификата соответствия не представлено. В реестре сертификатов соответствия, выданных Федеральным агентством по техническому регулированию и метрологии, сертификат № РОСС RU. АЮ65.В02303 не значится. В случае же добровольной сертификации необходимо в рекламе указать орган, выдавший сертификат соответствия. Данная информация является существенной.

Также реклама не содержит существенную информацию: к какой категории товаров (БАД, пищевые добавки, продукты питания, косметические средства) относится рекламируемый препарат.

Таким образом, данная реклама нарушает **часть 7 статьи 5** ФЗ № 38-ФЗ от 13 марта 2006 года «О рекламе».

В соответствии со ст. 3 указанного закона рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное лицо, определившее объект рекламирования. Рекламодателем является ООО «Бриз» на основании договора на размещении рекламы № 175 от 10.01.2012г..

В ходе рассмотрения дела не нашла своего подтверждения информация о рекламодателе ИП <...>.

В соответствии со ст. 3 указанного закона рекламораспространителем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств. Рекламораспространителем является ИП <...>.

Руководствуясь п. 1 части 2 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 бальзама «Сибирский», размещенную в

газете «Экспресс реклама» в выпуске № 1 (583) от 15 января 2012г., поскольку она не соответствуют требованиям пункта 2 части 3 статьи 5, пункта 6 части 5 статьи 5, части 7 статьи 5, части 7 статьи 7 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе».

2. В отношении ИП <...> производство прекратить.
3. Выдать предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе ИП <...>.
4. Выдать предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе ООО «Бриз».
5. Возбудить дело об административном правонарушении, предусмотренное ч. 1 ст. 14.3. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ООО «Бриз».

Решение изготовлено в полном объеме "19" апреля 2012 г.

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

Председатель Комиссии:

<...>

### **ПРЕДПИСАНИЕ № 1**

#### **О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА**

#### **РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ**

«13» апреля 2012 г.

г. Брянск

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

председатель Комиссии:

<...>,

на основании своего решения от «13» апреля 2012 г. по делу № 35 в отношении ООО «Бриз», <...> о признании ненадлежащей рекламы бальзама «Сибирский»,

в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1,3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

**ПРЕДПИСЫВАЕТ:**

1. ИП <...> в десятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение пункта 2 части 3 статьи 5, пункта 6 части 5 статьи 5, части 7 статьи 5, части 7 статьи 7 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе», выразившееся в распространении ненадлежащей рекламы бальзама «Сибирский» в газете «Экспресс реклама» в выпуске № 1 (583) от 15 января 2012г. на странице 17.

2. ИП <...> представить в Брянское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания в двадцатидневный срок со дня получения настоящего предписания.

В соответствии с частью 2.4. статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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 изготовлено в полном объеме «19» апреля 2012 г.

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

Председатель Комиссии: <...>

## **ПРЕДПИСАНИЕ № 2**

### **О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА**

### **РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ**

«13» апреля 2012 г.

г. Брянск

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

председатель Комиссии:

<...>,

на основании своего решения от «13» апреля 2012 г. по делу № 35 в отношении ООО «Бриз», <...> о признании ненадлежащей рекламы бальзама «Сибирский»,

в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1,3 статьи 36 Федерального

закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

### **ПРЕДПИСЫВАЕТ:**

1. ООО «Бриз» <...> **в десятидневный срок со дня получения настоящего предписания** прекратить нарушение пункта 2 части 3 статьи 5, пункта 6 части 5 статьи 5, части 7 статьи 5, части 7 статьи 7 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе», выразившееся в распространении ненадлежащей рекламы бальзама «Сибирский» в газете «Экспресс реклама» в выпуске № 1 (583) от 15 января 2012г. на странице 17.
2. ООО «Бриз» представить в Брянское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания в двадцатидневный срок со дня получения настоящего предписания.

В соответствии с частью 2.4. статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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 изготовлено в полном объеме «19» апреля 2012 г.

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

Председатель Комиссии:

<...>