

РЕШЕНИЕ

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, рассмотрев дело № 4-05/18 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы спортивно-тренировочной акупунктурной иглы «Дорива», в присутствии представителя ООО «Атон»,

УСТАНОВИЛА:

В порядке надзора за соблюдением требований рекламного законодательства отслежена реклама спортивно-тренировочной акупунктурной иглы «Дорива», размещенная в журнале «Антенна» (№ 2,3, январь 2012 г.).

Согласно рекламному предложению объект рекламирования «Используется в рефлексотерапии для воздействия на биологически активные точки «голода» и «жажды», расположенные на ушной раковине. В результате укалывания этих точек происходит снижение аппетита, быстрее наступает насыщение, что помогает снизить вес и способствует уменьшению объемов. Благодаря этому чувство сытости за завтраком, обедом и ужином наступает быстрее обычного и человек не съедает лишнего. Игла может стоять в ухе до 6 месяцев, затем необходимо сделать перерыв на 1 месяц».

Таким образом, из данной рекламной информации следует, что игла «Дорива», установленная в акупунктурные точки на ушной раковине, эффективно воздействует на процесс снижения веса.

В соответствии с гигиенической характеристикой продукции, указанной в санитарно-эпидемиологическом заключении (№ 77.01.16.963. П 080619.12.06 от 07.12.2006), выданным Федеральной службой по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека, набор игл спортивно-тренировочных акупунктурных «Дорива» имеет область применения в качестве приборов для тренерской работы, то есть, объект рекламирования имеет целевое назначение и предназначен для спортсменов и тренеров.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона «О рекламе» главным признаком рекламы является предназначенность для неопределенного круга лиц, потребителей рекламы.

Такой признак означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Реклама акупунктурной иглы «Дорива» публично обнародована в журнале «Антенна», не предназначенном специально для спортсменов и тренеров, поэтому

распространение такой неперсонифицированной информации является распространением среди неопределенного круга лиц.

Следовательно, объект рекламирования стимулирует неопределенный круг лиц воспользоваться услугами ООО «Атон», предлагающего использовать иглу «Дорива» для снижения веса.

Вместе с тем, санитарно-эпидемиологическое заключение Роспотребнадзора (№ 77.01.16.963. П 080619.12.06 от 07.12.2006) свидетельствует о том, что продукция «Набор игл спортивно-тренировочных «Дорива» соответствует санитарным правилам и нормам - СанПиН 2.4.7.007-93

"Производство и реализация игр и игрушек".

Данный СанПиН распространяется на ассортимент игрушек в соответствии с ГОСТом 25779-90 "Игрушки. Общие требования безопасности и методы контроля" и устанавливает требования безопасности игрушек, предназначенных для детей в возрасте от 14 лет.

Таким образом, санитарно-эпидемиологическое заключение Роспотребнадзора (№ 77.01.16.963. П 080619.12.06 от 07.12.2006) удостоверяет, что спортивно-тренировочная акупунктурная игла «Дорива» соответствует требованиям СанПиН 2.4.7.007-93 "Производство и реализация игр и игрушек" и ГОСТа 25779-90 "Игрушки. Общие требования безопасности и методы контроля".

Данная нормативная документация подтверждает, что игла «Дорива» безопасна в эпидемическом и радиационном отношении, безвредна по химическому составу, имеет благоприятные органолептические свойства и соответствует гигиеническим требованиям, то есть, предприятие – изготовитель гарантирует выпуск продукции безопасной для здоровья.

Иные свойства акупунктурной иглы «Дорива», описанные в рекламе, в том числе ее способность влиять на снижение веса, не имеют документального подтверждения и не соответствуют нормативной документации.

Запрошенные у рекламодателя в рамках служебного расследования аргументированные доказательства, подтверждающие заявленную в рекламе способность лечебной золотой серьги блокировать голод, жажду и влиять на похудение, а также описание конкретных случаев снижения веса у пациентов в результате применения объекта рекламирования – иглы «Дорива», рекламодателем не представлены (в силу их отсутствия).

Следовательно, реклама спортивно-тренировочной акупунктурной иглы «Дорива», распространенная с целью формирования к ней коммерческого интереса, как к средству для похудения за счет способности блокировать голод и жажду, является недостоверной, поскольку не соответствует информации, согласованной при государственной регистрации продукции.

Согласно пункту 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» 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, не допускается.

Таким образом, реклама иглы «Дорива» является ненадлежащей, поскольку свидетельствует о недостоверности рекламных сведений.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона РФ «О рекламе» ответственность за нарушение указанных требований несет рекламодаделец - лицо, определившее объект рекламирования и содержание рекламы.

Установлено, что лицом, определившим объект рекламирования и содержание рекламы спортивно-тренировочной акупунктурной иглы «Дорива», размещенной в журнале «Антенна» (№ 2,3, январь 2012 г.), является ООО «Атон», следовательно, по его вине произошло нарушение части 6 статьи 38 Закона РФ «О рекламе».

В процессе рассмотрения дела на заседании Комиссии представитель ООО «Атон» не согласился с выводами специалистов Хабаровского УФАС России о недостоверности потребительских характеристик иглы «Дорива», поскольку способность объекта рекламирования блокировать голод, жажду и влиять на похудение доказана научными исследованиями.

Кроме того, представитель ООО «Атон» заявил устное ходатайство сделать запрос в ДВ Государственный медицинский университет на предмет получения заключения специалистов о возможности иглы «Дорива» воздействовать на биологически активные точки «голода» и «жажды» и влиять на снижение веса.

Данное ходатайство Комиссией отклонено, поскольку достоверность рекламируемых потребительских свойств товара подтверждается не выводами научных учреждений, а нормативными документами уполномоченного органа – Федеральной службой по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека,

Так, в соответствии с вышеназванным санитарно-эпидемиологическим заключением Роспотребнадзора, набор игл спортивно-тренировочных акупунктурных «Дорива» имеет область применения не для снижения веса, а в качестве приборов для тренерской работы.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 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 спортивно-тренировочной акупунктурной иглы «Дорива», распространенную ООО «Атон» в журнале «Антенна» (№ 2,3, январь 2012 г.), поскольку в ней нарушены требования пункта 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

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

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Хабаровского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 01 марта 2012 г.

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

ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе на основании своего решения от 01 марта 2012 г. по делу № 4-05/18 о признании ненадлежащей рекламы спортивно-тренировочной акупунктурной иглы «Дорива», распространенной ООО «Атон» в журнале «Антенна» (№ 2,3, январь 2012 г.) и 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 «Атон» в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить распространение любыми способами при помощи любых средств рекламы спортивно-тренировочной акупунктурной иглы «Дорива», в качестве средства, предназначенного неопределенному кругу лиц для снижения веса, поскольку она нарушает требования пункта 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе»

2. ООО «Атон» представить в Хабаровское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания в срок до 15 марта 2012 г.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Хабаровское УФАС России вправе в соответствии с пунктом 2 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на юридическое лицо штраф в

размере от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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