

## РЕШЕНИЕ

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, рассмотрев дело № 4-05/46 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения в газете «Приамурские ведомости» рекламы под названием «Копринус – радикальный и беспощадный способ одолеть зеленого змия», в присутствии представителя ООО «Редакция газеты «Приамурские ведомости»,

### УСТАНОВИЛА:

В порядке контроля за соблюдением требований рекламного законодательства Хабаровским УФАС России отслежена реклама гриба «Копринус», опубликованная в газете «Приамурские ведомости» за 02 марта 2011 г. В указанной рекламе под названием «Копринус – радикальный и беспощадный способ одолеть зеленого змия» объект рекламирования предлагается в качестве народного средства для лечения алкоголизма.

В частности, реклама акцентирует внимание потребителей на следующей информации: «Ее муж сильно пил. Запой, бывало, длились по несколько недель. За это время он спускал все деньги, а затем начинал выносить из дома вещи. Когда трезвел, сильно в этом раскаивался и некоторое время был образцовым мужем и отцом. Затем все начиналось снова. Она пробовала разные способы: кодирование, лечение в наркодиспансере, лечение биотоками. Все оказывало временный эффект. Через год-полтора он снова срывался в «штопор» и пил с еще большей силой. Она уже всерьез подумывала о разводе, когда одна из коллег на работе посоветовала ей попробовать лечение алкоголизма народными методами. Она ухватилась за эту последнюю спасительную соломинку. В библиотеке взяла различную литературу, описывающую народные рецепты лечения пьянства. Почти в каждой книге в качестве надежного и безопасного средства упоминался гриб-навозник белый. Или по научному «Копринус».

Коллега посоветовала ей покупать натуральный порошкообразный препарат Копринуса. В такой форме навозник белый лучше сохраняет свои полезные природные свойства. Четко соблюдая дозировку 0,5-2 грамма порошка в сутки через день – она стала добавлять препарат Копринуса в пищу мужу. Результат превзошел ее ожидания. Ее муж перестал пить...

После продолжительного проведения копринусовой терапии у людей, страдающих алкоголизмом, неприятная реакция на алкоголь возникает и без приема гриба. Таким образом, формируется стойкое отношение к алкоголю. Предлагаемый нами препарат копринуса (порошкообразный) прошел строжайший радиологический и токсикологический контроль и обладает сертификатами соответствия РФ. Вы можете приобрести гриб против пьянства «Копринус» и получить консультацию специалиста. Рекомендуемый курс от 4 до 7 упаковок. Цена упаковки – 550 р.».

Данная реклама, сообщая об избавлении от тяги к спиртному независимо от степени и срока пристрастия, по существу является рекламой метода лечения хронического заболевания - алкогольной зависимости и направлена на

формирование у потребителей желания им воспользоваться. Более того, реклама содержит слова: «кодирование», «лечение в наркодиспансере», «лечение биотоками», «дозировка», «копринусовая терапия», «препарат», «проведение полного курса», «противопоказания». То есть потребителю рекламы сообщается о том, что при помощи порошкообразного гриба «Копринус» его избавят от того, от чего обычно лечат медицинскими способами, препаратами, кодированием и при этом бывают побочные эффекты, то есть по существу объект рекламирования целенаправленно предлагается в качестве средства для лечения алкоголизма, что не соответствует его предназначению по следующим основаниям.

Согласно декларации о соответствии № РОСС RU.АЯ 21.Д 10890 от 27.09.2010 г. «Копринус» сертифицировался на соответствие требованиям пункта 1.6.2.3. санитарно-эпидемиологических правил и нормативов № 2.3.2.1078-01 «Гигиенические требования к безопасности и пищевой ценности пищевых продуктов». Указанные санитарные правила устанавливают гигиенические нормы безопасности и пищевой ценности для человека пищевых продуктов, а также требования по соблюдению указанных нормативов при изготовлении, ввозе и обороте пищевых продуктов. Группа пищевых продуктов под индексом 1.6.2.3. означает «Грибы сушеные». Следовательно, в соответствии с нормативными документами гриб «Копринус» предназначен для употребления в пищу в качестве продукта питания. Таким образом, сообщение в рекламе гриба «Копринус» о его терапевтическом воздействии при лечении алкоголизма, является ложным утверждением и противоречит пункту 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Кроме того, содержащаяся в рекламе информация о возможности избавления от алкогольной зависимости при помощи продукта питания - гриба «Копринус», является нарушением требований пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе, согласно которым 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.

При указанных обстоятельствах реклама «Копринус – радикальный и беспощадный способ одолеть зеленого змия», размещенная в газете «Приамурские ведомости» за 02 марта 2011 г., является ненадлежащей, поскольку в ней допущены нарушения пункта 2 части 3 статьи 5 и пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе». Распространение рекламы в указанном печатном издании осуществлено на основании заявки на размещение рекламы от 01.12.2010 г. Рекламодатель – ИП Романова предоставила по электронной почте рекламный макет, подлежащий размещению.

Редакция газеты «Приамурские ведомости» разместила рекламу в точном соответствии с представленным макетом, соответственно рекламодатель оплатила услуги по размещению рекламы, т.е. стороны исполнили обязательства по договору. Таким образом, распространителем рекламы сушеных грибов «Копринус», содержащей не соответствующие действительности сведения о назначении и потребительских свойствах объекта рекламирования и указание на его лечебные свойства, является ООО «Редакция газеты «Приамурские ведомости».

Согласно статье 1 Федерального закона «О рекламе» целями этого закона являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы. Статьей 33 названного нормативного акта предусмотрены полномочия антимонопольного органа на осуществление государственного контроля в сфере рекламы, который вправе, в частности, выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям и рекламодателем обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В конкретной ситуации основанием для вынесения предписания рекламодателю является необходимость пресечения ненадлежащей рекламы сушеных грибов «Копринус» в качестве средства для лечения алкоголизма, размещение которой может нанести вред здоровью населения. Таким образом, прекратить распространение рекламы гриба «Копринус» в газете «Приамурские ведомости», содержащей не соответствующие действительности сведения о назначении и потребительских свойствах объекта рекламирования и указание на его лечебные свойства, способен рекламодатель. 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 пищевого продукта «Грибы сушеные «Копринус», распространенную в газете «Приамурские ведомости» за 2 марта 2011 г., поскольку в ней нарушены требования пункта 2 части 3 статьи 5 и пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».
2. Выдать ООО «Редакция газеты «Приамурские ведомости» предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

Решение изготовлено в полном объеме 13 апреля 2011 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 13 апреля 2011 г. по делу № 4-05/46 о признании ненадлежащей рекламы пищевого продукта «Грибы сушеные «Копринус», распространенной в газете «Приамурские ведомости» за 2 марта 2011 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 «Редакция газеты «Приамурские ведомости» (местонахождение: г. Хабаровск, ул. Серышева, 31) в 5-ти дневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить распространение рекламы пищевого продукта «Грибы сушеные «Копринус», содержащей информацию о терапевтическом воздействии гриба «Копринус» при лечении алкоголизма и нарушающей требования пункта 2 части 3 статьи 5 и пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. ООО «Редакция газеты «Приамурские ведомости» представить в Хабаровское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания в срок до 20 апреля 2011 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.