

## РЕШЕНИЕ

25 июня 2014 года г. Челябинск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель Л.Н. Галичина – заместитель руководителя - начальник отдела  
Комиссии: контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией;

члены Н.В. Соболев – ведущий специалист-эксперт отдела контроля за  
Комиссии: рекламой и недобросовестной конкуренцией,

Л.Р. Штепа – специалист 1-го разряда отдела контроля за  
рекламой и недобросовестной конкуренцией,

рассмотрев дело № 45-2014, возбужденное по признакам нарушения требований пункта 6 части 5 статьи 5, части 8 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» по факту размещения в газете «Конкретная газета» рекламы препаратов, не являющихся лекарственными средствами с указанием на их лечебные свойства, а также рекламы медицинской услуги консультации окулиста, в присутствии представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, Общества с ограниченной ответственностью «Научно-производственное региональное объединение «Урал» (далее – ООО «НПРО «Урал»), <...> (личность удостоверена по паспорту),

### УСТАНОВИЛА:

В Челябинское УФАС России поступило заявление физического лица о размещении в газете «Конкретная газета» № 5 (381) от 6 марта 2014 года рекламы бальзамов «Промёд», «Кедровый дар-Сибирская чистка», не являющихся лекарственными средствами с указанием на их лечебные свойства, с нарушением рекламного законодательства, а также медицинской услуги консультации офтальмолога, тогда как с января 2014 года размещение рекламы медицинских услуг допускается только в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях, к которым газета «Конкретная газета» не относится.

В своих объяснениях учредитель и издатель газеты «Конкретная газета», ООО «НПРО «Урал», указало, что признает нарушение рекламного законодательства. Пояснило, что рекламодателем рекламы бальзамов «Промёд», «Кедровый дар-Сибирская чистка» является <...>, а рекламодателем медицинской услуги – ИП <...>.

Рассмотрев заявление и материалы, Комиссия приходит к следующим выводам.

В газете «Конкретная газета» № 5 (381) от 6 марта 2014 года размещена реклама

бальзама «Промёд», в которой присутствуют сведения: «...Когда исцеляет сама природа... мне написали столько хронических болезней...проблема с пищеводом, печень увеличена, почти, в желчном пузыре камень...После бальзама «Промёд» я почувствовала прилив сил...хорошо стал работать пищевод, стало улучшаться зрение... Перенес инсульт... у него парализовало левую сторону... после применения...сошел отек, нормализовалось артериальное давление...аритмия стала реже беспокоить, рука практически восстановила свою функциональность... Катаракты...лечения не проходила, а стала принимать бальзам «Промёд»... я стала замечать улучшения в плане видимости...сахарный диабет...».

Присутствующие в рекламе медицинские термины: «исцеляет», «хронические болезни», а также перечень заболеваний, таких как «инсульт», «катаракта», «сахарный диабет» и другие, указывают на лечебные свойства бальзама ««Промёд», то есть положительное влияние на течение болезни.

Вместе с тем, бальзам «Промёд» не зарегистрирован в качестве лекарственного средства, так как в Государственном реестре лекарственных средств, размещенном на Интернет-сайте [www.grls.rosminzdrav.ru](http://www.grls.rosminzdrav.ru) сведения об этом отсутствуют. Следовательно, бальзам «Промёд» не является лекарственным средством.

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 течении болезни, объекта рекламирования за исключением такого указания в рекламе лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, изделий медицинского назначения и медицинской техники.

С учетом изложенного, указание в рекламе бальзама «Промёд», который не является лекарственным средством, на его лечебные свойства противоречит требованиям пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В этом же номере газеты размещена реклама бальзама «Кедровый дар-Сибирская чистка» в которой присутствуют сведения: «...гастрит, колит, панкреатит, язва желудка и двенадцатиперстной кишки... у меня ни осталось ни одной язвы...псориаз...кожа стала чистой на руках и ногах, все это заслуга бальзама...гиперацидный гастрит...гипертония, ишемическая болезнь сердца... давления нормализуется, меньше болит голова...стенокардия, аритмия... бронхиальной астмой...».

Бальзам «Кедровый дар-Сибирская чистка» не зарегистрирован в качестве лекарственного средства, так как в Государственном реестре лекарственных средств, размещенном на Интернет-сайте [www.grls.rosminzdrav.ru](http://www.grls.rosminzdrav.ru) сведения об этом отсутствуют. Следовательно, бальзам «Кедровый дар-Сибирская чистка» не является лекарственным средством.

Использование в рекламе бальзама «Кедровый дар-Сибирская чистка» медицинских терминов и названий заболеваний создает впечатление о том, что указанный продукт обладает лечебными свойствами, что противоречит пункту 6 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В том же номере газеты также размещена реклама медицинских услуг, в которой присутствуют сведения: «Оптика Октябрьская, 30 компьютерная диагностика

зрения изготовление очков консультация окулиста подбор контактных линз...».

В рекламе содержатся сведения о наименовании врачебной специальности окулист, которая идентична врачебной специальности офтальмолог, а также информация о консультации врача данной специальности, что указывает на медицинскую услугу.

Согласно Номенклатуре медицинских услуг, утвержденной приказом Минздравсоцразвития РФ от 27.12.2011 № 1664н «Об утверждении номенклатуры медицинских услуг» прием (осмотр, консультация) врача-офтальмолога является медицинской услугой.

В соответствии с частью 8 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» (в редакции Федеральных законов от 23.07.2013 N 200-ФЗ, от 25.11.2013 N 317-ФЗ) реклама лекарственных препаратов в формах и дозировках, отпускаемых по рецептам на лекарственные препараты, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, а также медицинских изделий, для использования которых требуется специальная подготовка, не допускается иначе как в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий и в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях.

С учетом изложенного, реклама медицинской услуги консультации окулиста, размещенная в периодическом печатном издании газете «Конкретная газета» № 5 (381) от 6 марта 2014 года, противоречит части 8 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

Частями 6, 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» (в редакции от 28.12.2013 № 416-ФЗ) установлено, что за нарушение требований пункта 6 части 5 статьи 5, части 8 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» ответственность несет рекламодатель и рекламодатель и рекламодатель.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель – это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, рекламодатель – это лицо, осуществляющее распространение любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламодателем рекламы бальзамов «Промёд», «Кедровый дар-Сибирская чистка» является <...>, а рекламодателем медицинской услуги консультации окулиста – ИП <...>.

Рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «НПРО «Урал» как лицо, осуществившее размещение рекламы в газете «Конкретная газета».

После вынесения решения и до даты его изготовления в окончательной форме 30 июня 2014 года вступил в силу Федеральный закон от 28 июня 2014 года № 190-ФЗ «О внесении изменений в статью 24 Федерального закона «О рекламе», который отменил запрет на распространение рекламы медицинских услуг в общедоступных местах. С 30 июня 2014 года размещение рекламы медицинских

услуг допускается любым способом и в любой форме с соблюдением положений статьи 24 Федерального закона «О рекламе», а также общих требований, предъявляемых к рекламе Федеральным законом «О рекламе».

В связи с изложенным Комиссия считает нецелесообразными признание рекламы медицинской услуги консультации окулиста, размещенной в газете «Конкретная газета» № 5 (381) от 6 марта 2014 года ненадлежащей и выдачу предписания на этом основании.

Руководствуясь частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

#### РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей, размещенную в газете «Конкретная газета» № 5 (381) от 6 марта 2014 года рекламу бальзамов «Промёд», «Кедровый дар-Сибирская чистка», не являющихся лекарственными средствами с указанием на их лечебные свойства, поскольку в ней нарушены требования пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

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

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ООО «НПРО «Урал», <...>.

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

Решение изготовлено в полном объеме 03 июля 2014 года.

Председатель Комиссии

Л.Н. Галичина

Члены Комиссии

Н.В. Соболев

Л.Р. Штепа