

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 66/16

Резолютивная часть решения оглашена «15» июня 2016 г.

Решение изготовлено в полном объеме «27» июня 2016 г.
г. Новосибирск

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

председатель Комиссии: И.В. Волохина - и.о. заместителя руководителя управления – начальника отдела рекламы;

члены комиссии: Е.А. Скоп – главный специалист-эксперт отдела рекламы;

В.Ю. Строгин – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы;

рассмотрев дело № 66/16, возбужденное в отношении индивидуального предпринимателя Щербаневой М.В. (ИНН 544590467539) и физического лица - К<...> по факту размещения информации следующего содержания:

- на стр. 6 журнала «КАТУА», декабрь 2015г.: «Компания Улада» приглашает вас. Акция до 10 бесплатных оздоровительных сеансов»,

- в газете «Бизнес и город Бердск» №34 (410) от 04.09.2015г. (стр.4), №48 (424) от 11.12.2015г. (стр.6), №50 (426) от 25.12.2015г. (стр.4): «Компания Улада» приглашает вас. Акция до 10 бесплатных оздоровительных сеансов», с признаками нарушения

ст. 9 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) – в рекламе, сообщаемой о проведении конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее - стимулирующее мероприятие), должны быть указаны: сроки проведения такого мероприятия; источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе – реклама лекарственных препаратов, [МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ](#), в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов,

в отсутствии:

- заявителя – физического лица (не явился, уведомлен надлежащим образом);

- ИП Щербаневой М.В. (не явилась, уведомлена надлежащим образом),

в присутствии:

- К<...>(паспорт),

УСТАНОВИЛА:

В адрес Новосибирского УФАС России поступило заявление физического лица (вх. 2105 от 14.03.2016г.), по факту размещения в газете «Бизнес и город Бердск» и в журнале «КАТУА» рекламных объявлений с признаками нарушения Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

В заявлении заявителем, в том числе, указано о следующем нарушении.

В журнале «КАТУА», декабрь 2015г. на стр. 6, а также в газете «Бизнес и город Бердск» №34 (410) от 04.09.2015г. (стр.4), №48 (424) от 11.12.2015г. (стр.6), №50 (426) от 25.12.2015г. (стр.4) - размещена реклама следующего содержания: *«Компания Услава» приглашает вас / на 10 бесплатных оздоровительных сеансов с использованием уникальных анатомических изделий ТМ «Асония» с терапевтическим эффектом. Сеансы способствуют: улучшению качества сна / Нормализации работы кровеносной системы / Снятию болей в мышцах и суставах / Улучшению слуха и зрения / Улучшению состояния мужского здоровья / Рекомендовано беременным женщинами детям с первого года жизни / Профилактика простатита / Акция! Длительность сеанса 40 минут / Компьютерная диагностика организма в подарок / Адрес: ул.Ленина, 89/1, оф.200 / Записаться возможно по тел. 8-913-372-75-10».*

Как указывает заявитель, в данной рекламе не указаны сроки проведения акции, следовательно нарушена ст.9 Закона о рекламе.

В результате рассмотрения заявления, Новосибирским УФАС России установлено следующее.

В соответствии с п.1 ст.3 Закона 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.

Объектом рекламирования может быть товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Исходя из способа, формы, распространения, оформления, содержания вышеуказанной информации, она адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, способствует формированию интереса к рекламируемому товару и его продвижению на рынке.

Следовательно, рассматриваемая информация является рекламой по смыслу п.1 ст.3 Закона о рекламе.

15.06.2016г. на рассмотрении дела Комиссией Новосибирского УФАС России, К<...> даны пояснения о том, что она является рекламодателем рассматриваемой рекламы. Целью бесплатных сеансов, указанных в рекламе, было привлечение внимания потребителей к товарам ТМ «Асония», а именно анатомическим

подушкам «Асония». Данные подушки К<...> и ряд других физических лиц приобрели у ООО «Улада» с целью дальнейшей реализации. На предлагаемых сеансах обратившимся людям показывали видеоролики о пользе данной продукции. Сеансы проходили с использованием данных подушек для наглядной демонстрации их свойств.

Таким образом, целью рассматриваемой рекламы было привлечение внимания потребителей к анатомическим подушкам «Асония».

Согласно рекламному объявлению, данные сеансы способствуют: улучшению качества сна, нормализации работы кровеносной системы, снятию болей в мышцах и суставах, улучшению слуха и зрения, улучшению состояния мужского здоровья, рекомендовано беременным женщинам детям с первого года жизни, профилактика простатита.

К<...> на рассмотрении дела Комиссией Новосибирского УФАС России представлен отчет по научно-исследовательской работе на тему: «Использование клинических эффектов анатомической подушки «Асония» в системе реабилитации больных с дегенеративно-дистрофическими заболеваниями опорно-двигательного аппарата», составленный к.м.н. М.Н.Насыровым - врачом травматологом-ортопедом, заведующим отделением реабилитации ФГБУ «РНЦ «ВТО» им. Акад. Г.А. Илизарова.

Согласно данному отчету целью исследования явилось изучение саногенетического влияния анатомической подушки «Асония» при лечении больных с заболеваниями опорно-двигательного аппарата. Клиническим и сравнительно статистическим анализом результатов исследования установлено и достоверно подтверждено позитивное влияние анатомической подушки «Асония» на процесс восстановительного лечения больных с заболеваниями опорно-двигательного аппарата. Исходя из полученных результатов исследования, можно предложить следующие показания к использованию клинических эффектов анатомической подушки «Асония» в ортопедо-травматологической практике:

- острые и хронические вертеброгенные и миогенные болевые синдромы,
- суставные контрактуры, обусловленные болевым синдромом, мышечным спазмом, отеком сустава,
- острые и хронические синовиты,
- отечные симптомы при последствиях травм и дегенеративно-дистрофических заболеваниях составов и позвоночника.

Информации о нормализации работы кровеносной системы, улучшению слуха и зрения, улучшению состояния мужского здоровья, рекомендациях беременным женщинам детям с первого года жизни, о профилактике простатита при использовании данных подушек в данном отчете не имеется.

В соответствии с п. 2 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе, 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.

Согласно п. 6 ч. 5 ст. 5 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 профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий.

Материалами дела не подтверждено и К<...> не доказано, что рассматриваемые анатомические подушки «Асония» обладают заявленными в рекламе потребительскими свойствами.

Кроме того, в представленных в материалы дела сертификатах соответствия и санитарно-эпидемиологическом заключении данные подушки значатся как изделие бытовое спальное. Информация о медицинском предназначении данных подушек в материалах дела отсутствует. В реестре медицинских изделий Росздравнадзора анатомические подушки «Асония» отсутствуют. Таким образом, данная продукция не является медицинским изделием.

Таким образом, рассматриваемая реклама нарушает п. 2 ч. 3 ст. 5, п. 6 ч. 5 ст. 5 Закона о рекламе.

Также в рассматриваемой рекламе предлагается «Компьютерная диагностика в подарок». На рассмотрении дела Комиссией Новосибирского УФАС России, К<...> даны пояснения, что данная диагностика производится на медицинском аппарате «Оникс» приглашенным из г.Новосибирска медицинским работником. Самостоятельно К<...> данную процедуру не осуществляет. Поскольку процедура компьютерной диагностики проводится на специальном медицинском аппарате, с участием медицинского работника, она является медицинской услугой.

В соответствии с ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе, реклама лекарственных препаратов, [медицинских услуг](#), в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

Следовательно, в рассматриваемой рекламе должна присутствовать информация о наличии противопоказаний и о необходимости получения консультации специалистов. Данная информация отсутствует, что является нарушением ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

Согласно ст. 3 Закона о рекламе, рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В соответствии со ст. 38 Закона о рекламе, рекламодатель несет ответственность за нарушение п.2 ч. 3 ст. 5, п. 6 ч. 5 ст. 5, ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе;

рекламораспространитель несет ответственность за нарушение п. 6 ч. 5 ст. 5, ч. 7

ст. 24 Закона о рекламе.

Согласно информации, представленной редакцией газеты «Бизнес и город Бердск», а также журнала «КАТУА», учредителем данных информационных изданий является Индивидуальный предприниматель Щербенева Марина Валерьевна (ИНН 544590467539).

Следовательно, рекламодателем данных рекламных объявлений является ИП Щербенева М.В.

Согласно ответу ИП Щербенева М.В. (вх. № 3272 от 14.04.2016) на запрос Новосибирского УФАС России, рекламодателем рассматриваемой рекламы является К<...> (адрес: г. Бердск, ул. Ленина, д. 89/1, офис 200).

Таким образом, в действиях рекламодателя - ИП Щербенева М.В. имеются нарушения п. 6 ч. 5 ст. 5, ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе. В действиях рекламодателя - К<...> имеются нарушения п.2 ч. 3 ст. 5, п. 6 ч. 5 ст. 5, ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

Комиссия Новосибирского УФАС России наличие признаков нарушения ст. 9 Закона о рекламе не установлено в связи с отсутствием в данной статье информации о проведении какого-либо стимулирующего мероприятия. В данной рекламе не сообщается о проведении конкурсов, игр и иных мероприятий, условием участия в которых является приобретение определенного товара.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона о рекламе, ненадлежащая реклама - это реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия, руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

РЕШИЛА:

1. Признать информацию, размещенную в журнале «КАТУА», декабрь 2015г. на стр. 6, а также в газете «Бизнес и город Бердск» №34 (410) от 04.09.2015г. (стр.4), №48 (424) от 11.12.2015г. (стр.6), №50 (426) от 25.12.2015г. (стр.4), следующего содержания: *«Компания Усилада» приглашает вас / на 10 бесплатных оздоровительных сеансов с использованием уникальных анатомических изделий ТМ «Асония» с терапевтическим эффектом. Сеансы способствуют: улучшению качества сна / Нормализации работы кровеносной системы / Снятию болей в мышцах и суставах / Улучшению слуха и зрения / Улучшению состояния мужского здоровья / Рекомендовано беременным женщинами детям с первого года жизни / Профилактика простатита / Акция! Длительность сеанса 40 минут / Компьютерная диагностика организма в подарок / Адрес: ул.Ленина, 89/1, оф.200 / Записаться возможно по тел. 8-913-372-75-10»*, ненадлежащей рекламой,

2. Признать ИП Щербенева Марину Валерьевну (ИНН 544590467539) нарушившей:

п. 6 ч. 5 ст. 5 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 профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий;

ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе – реклама лекарственных препаратов, [МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ](#), в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов;

3. Признать К<...> нарушившей:

п. 2 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе - 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;

п. 6 ч. 5 ст. 5 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 профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий;

ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе – реклама лекарственных препаратов, [МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ](#), в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов;

4. Выдать ИП Щербаневой М.В. предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

5. Выдать К<...> предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

6. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Новосибирского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса об административных правонарушениях.

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

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

«27» июня 2016 г.

г.Новосибирск

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

председатель Комиссии: И.В. Волохина - заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы;

члены комиссии: Е.А. Скоп – главный специалист-эксперт отдела рекламы;

В.Ю. Строгин – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы;

на основании своего решения от «27» июня 2016 г. по делу № 66/16 о признании информации, размещенной в журнале «КАТУА», декабрь 2015г. на стр. 6, а также в газете «Бизнес и город Бердск» №34 (410) от 04.09.2015г. (стр.4), №48 (424) от 11.12.2015г. (стр.6), №50 (426) от 25.12.2015г. (стр.4) - следующего содержания: *«Компания Услада» приглашает вас / на 10 бесплатных оздоровительных сеансов с использованием уникальных анатомических изделий ТМ «Асония» с терапевтическим эффектом. Сеансы способствуют: улучшению качества сна / Нормализации работы кровеносной системы / Снятию болей в мышцах и суставах / Улучшению слуха и зрения / Улучшению состояния мужского здоровья / Рекомендовано беременным женщинами детям с первого года жизни / Профилактика простатита / Акция! Длительность сеанса 40 минут / Компьютерная диагностика организма в подарок / Адрес: ул.Ленина, 89/1, оф.200 / Записаться возможно по тел. 8-913-372-75-10»,* ненадлежащей рекламой,

в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»), пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ИП Щербаневой Марине Валерьевне (ИНН 544590467539) в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе. Для этого не допускать распространения рекламы с нарушением требований:

п. 6 ч. 5 ст. 5 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 профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий;

ч. 7 ст. 24 Закона «О рекламе» – реклама лекарственных препаратов, [МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ](#), в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации

специалистов,

в том числе информации, указанной выше.

2. ИП Щербеновой М.В. представить в Новосибирское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до «18» июля 2016г.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Новосибирское УФАС России вправе в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 г. № 195-ФЗ наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей, на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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