РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ №144-ФАС22-Р/11-16

22 ноября 2016г.

г.Барнаул

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

<...>

рассмотрев дело № 144-ФАС22-Р/11-16 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения в журнале «Антенна-Телесемь» (№15, Москва, 18 апреля – 24 апреля 2016г.; №25, Москва, 27 июня- 3 июля 2016г.) рекламы БАДов «Гиалуроновая кислота» и «Для кожи, волос и ногтей» производства ЗАО «Эвалар», в которой усматриваются признаки нарушения п.2 ч.3 ст.5 Федерального закона «О рекламе»,

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения Федерального закона «О рекламе», рекламодателя – ЗАО «Эвалар», в лице представителя по доверенности У<...> (доверенность №599 от 21.11.2016г.),

в отсутствие заявителя (уведомлен надлежащим образом);

УСТАНОВИЛА:

в управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю поступило обращение гражданина РФ (вхд. №1610094 от 05.09.2016г.; вхд.№1611483 от 10.10.2016г.), направленное по подведомственности Санкт-Петербургским УФАС России и Московским УФАС России, о распространении в журнале «Антенна-Телесемь» (№15, Москва, 18 апреля – 24 апреля 2016г.; №25, Москва, 27 июня-3 июля 2016г.) рекламы: «Гиалуроновая кислота «Эвалар»: молодость кожи без инъекций! «Одним из самых популярных способов продления молодости кожи являются инъекции гиалуроновой кислоты... Компания «Эвалар» презентует новинку – «Гиалуроновая кислота 150 мг» в капсулах! Препарат действует по принципу инъекций: гиалуроновая кислота изнутри «наполняет» кожу...Первый в России комплекс «Для кожи, волос и ногтей», произведенный по международному стандарту качества GMP...препарат способствует: улучшению состояния ногтей; предотвращению выпадения волос; приданию кожи упругости и эластичности ... поддержанию в норме работы сальных желез...», в которой усматриваются признаки нарушения п.2 ч.3 ст.5 Федерального закона «О рекламе».

02.11.2016г. антимонопольным органом установлен факт размещения и распространения в журнале «Телепарк» №39 с 3 по 9 октября 2016г. на странице 53 (г.Барнаул) рекламного модуля: «Прием «Гиалуроновой кислоты» внутрь - омоложение без инъекций Прием гиалуроновой кислоты внутрь в долгосрочной перспективе может быть эффективнее, чем инъекции – к таким выводам пришли японские ученые. Компания «Эвалар» презентует новинку – «Гиалуроновая кислота» в капсулах для приема внутрь! Препарат действует по принципу инъекций: гиалуроновая кислота изнутри «наполняет» кожу, каждая ее молекула притягивает и удерживает сотни молекул воды! Кожа как будто «оживает», разглаживается, она глубоко увлажнена и излучает сияние. Кроме того, гиалуроновая кислота способствует сохранению подвижности и гибкости суставов, укреплению волос и

ногтей. 5 причин выбрать «Гиалуроновую кислоту» от компании «Эвалар»: 1. Самое высокое содержание гиалуроновой кислоты швейцарского производства - 150 мг в каждой капсуле. 2. Сочетание сразу двух видов гиалуроновой кислоты - низко- и высокомолекулярной - способствует непрерывному увлажнению кожи, дополнительно запуская процесс выработки собственной гиалуроновой кислоты. 3. Удобный приём – всего 1 капсула в день. 4. Выгодная цена - в 2 раза выгоднее импортного аналога! 5. Высокое качество гарантированное стандартом GMP3 НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ЛЕКАРСТВЕННЫМ СРЕДСТВОМ» (акт № 165 от 02.11.2016г.).

22.11.2016г. на заседании Комиссии представитель по доверенности ЗАО «Эвалар» У<...> нарушение не признал, пояснив, что в рекламной информации: «Гиалуроновая кислота 150 мг» в капсулах! Препарат действует по принципу инъекций», рекламодатель имел в виду то, что гиалуроновая кислота перорально действует по принципу инъекций. Информация о рассматриваемых свойствах гиалуроновой кислоты распространяется в журнале «Эстетическая медицина». Рекламодатель хотел донести до потребителя один из способов воздействия гиалуроновой кислоты на кожу. Потребительские свойства БАД «Для кожи, волос и ногтей» и БАД «Гиалуроновая кислота 150 мг», заявленные в рекламной информации, соответствуют действительности и основываются на клинических испытаниях, а также подтверждаются сертификатами соответствия системы добровольной сертификации «МАРКА ГОДА». На основании изложенного, считает, что все указанные в рекламе свойства БАД являются достоверными.

Комиссия, рассмотрев материалы дела и заслушав пояснения представителя рекламодателя ЗАО «Эвалар» У<...>, дав им надлежащую оценку, пришла к следующим выводам.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», под рекламой понимается 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, 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.

Учитывая правовой смысл и содержание приведенных понятий рекламы и объекта рекламирования, информация, содержащаяся в рекламе должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах, а также об изготовителе (продавце) такого товара, то есть объекту рекламирования в целом.

Обозначенная выше рекламная информация полностью соответствует законодательному определению понятия «реклама», является публичной, направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к ЗАО «Эвалар», а также к БАД «Для кожи, волос и ногтей» и БАД «Гиалуроновая кислота».

В соответствии с ч.1 ст.5 Федерального закона «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная

реклама не допускаются.

В соответствии с п.2 ч.3 ст.5 Федерального 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 Федеральному закону от 02.01.2000 N 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов» биологически активные добавки - это природные (идентичные природным) биологически активные вещества, предназначенные для употребления одновременно с пищей или введения в состав пищевых продуктов.

В соответствии с пунктом 2.1 СанПин 2.3.2.1290-03 «Гигиенические требования к организации производства и оборота биологически активных добавок к пище (БАД)», утвержденных Главным государственным санитарным врачом Российской Федерации 17.04.2003, биологически активная добавка используется как дополнительный источник пищевых и биологически активных веществ, для оптимизации углеводного, жирового, белкового, витаминного и других видов обмена веществ при различных функциональных состояниях, для нормализации и (или) улучшения функционального состояния органов и систем организма человека, в том числе как продукт, оказывающий общеукрепляющее, мягкое мочегонное, тонизирующее, успокаивающее и иные виды действия при различных функциональных состояниях, для снижения риска заболеваний, а также для нормализации микрофлоры желудочно-кишечного тракта, в качестве энтеросорбентов.

Согласно свидетельству о государственной регистрации №RU.77.99.32.003.E.001268.01.15 от 28.01.2015г., биологическая активная добавка «Гиалуроновая кислота» является источником гиалуроновой кислоты.

В журнале «Антенна-Телесемь» (№15, Москва, 18 апреля – 24 апреля 2016г.; №25, Москва, 27 июня- 3 июля 2016г.) в рекламе БАД «Гиалуроновая кислота» используются фразы: «Гиалуроновая кислота «Эвалар»: молодость кожи без инъекций! «Одним из самых популярных способов продления молодости кожи являются инъекции гиалуроновой кислоты... Компания «Эвалар» презентует новинку – «Гиалуроновая кислота 150 мг» в капсулах! Препарат действует по принципу инъекций: гиалуроновая кислота изнутри «наполняет» кожу...Кожа как будто «оживает», разглаживается, она глубоко увлажнена и излучает сияние! Без инъекций и без восстановительных процедур!...».

В журнале «Телепарк» №39 с 3 по 9 октября 2016г. на странице 53 (г.Барнаул) в рекламе БАД «Гиалуроновая кислота» используются фразы: «Прием «Гиалуроновой кислоты» внутрь - омоложение без инъекций Прием гиалуроновой кислоты внутрь в долгосрочной перспективе может быть эффективнее, чем инъекции – к таким выводам пришли японские ученые. Компания «Эвалар» презентует новинку – «Гиалуроновая кислота» в капсулах для приема внутрь! Препарат действует по принципу инъекций: гиалуроновая кислота изнутри «наполняет» кожу, каждая ее молекула притягивает и удерживает сотни молекул воды! Кожа как будто «оживает», разглаживается, она глубоко увлажнена и излучает сияние. Кроме того,

гиалуроновая кислота способствует сохранению подвижности и гибкости суставов, укреплению волос и ногтей...»

Таким образом, рассматриваемая рекламная информация способствует созданию у потребителей впечатления о том, что результат эффективности перорального употребления гиалуроновой кислоты (в капсулах) равен результату эффективности инъекций гиалуроновой кислоты, а в долгосрочной перспективе может быть эффективнее, чем инъекции; создает впечатление о том, что пероральное употребление гиалуроновой кислоты способствует омоложению, способствует сохранению подвижности и гибкости суставов, укреплению волос и ногтей».

Указанная в рекламе информация о потребительских свойствах и области применения БАД «Гиалуроновая кислота», не соответствуют записи в свидетельстве о государственной регистрации и вводят в заблуждение потребителей рекламы, указывая на предполагаемую эффективность.

В целях объективного и всестороннего рассмотрения материалов заявления, антимонопольным органом направлен запрос в ФГБОУ ВО АГМУ МЗ РФ по поводу достоверности эффективности приема гиалуроновой кислоты внутрь перорально (в капсулах). В письменном пояснении зав.кафедрой дерматовенерологии, косметологии и иммунологии ФГБОУ ВО АГМУ МЗ РФ указывает, что пероральный прием гиалуроновой кислоты в капсулах не может давать описанного в рекламе эффекта. Данное обстоятельство связано с фармакокинетикой гиалуроновой кислоты, так как время «полужизни» естественной гиалуроновой кислоты составляет 24 часа. Вещество обладает низкой биодоступностью, связанное с тем, что гиалуроновая кислота имеет высокую молекулярную массу, не позволяющую проникать в клетки кожи из желудочно-кишечного тракта. При инъекционном введении в кожу используют связанную гиалуроновую кислоту с другими биологическими веществами, которая только в этом состоянии и оказывает все известные эстетические и косметические эффекты.

В доказательство достоверности описанных в рекламе свойств БАД «Гиалуроновая кислота» рекламодатель ссылается на статью «Прием гиалуроновой кислоты внутрь способствует увлажнению сухой кожи», размещенную в журнале «Эстетическая медицина» № 3 2016г. Комиссия отклоняет данный довод, т.к в результате анализа содержания статьи о свойствах гиалуроновой кислоты, комиссией установлено, что данная статья описывает предполагаемые свойства пищевой добавки гиалуроновая кислота в борьбе с сухостью кожи при ее приеме внутрь; в заключении сказано, что прием гиалуроновой кислоты в виде пищевой добавки может способствовать увлажнению кожи.

Никаких доказательств того, что результат эффективности перорального употребления гиалуроновой кислоты (в капсулах) равен результату эффективности инъекций гиалуроновой кислоты, а в долгосрочной перспективе может быть эффективнее, чем инъекции; что пероральное употребление БАД «Гиалуроновая кислота» способствует омоложению, способствует сохранению подвижности и гибкости суставов, укреплению волос и ногтей, не представлено.

На основании изложенного, результат эффективности перорального употребления гиалуроновой кислоты (в капсулах) не может быть приравнен к результату

эффективности инъекций гиалуроновой кислоты, а описанные свойства омоложения и воздействия на кожу не соответствуют действительности.

Согласно свидетельству о государственной регистрации №RU.

77.99.32.003.E.004663.03.15 от 12.03.2015г., биологическая активная добавка «Для кожи, волос и ногтей» является дополнительным источником витамина С, цинка и меди.

В рекламе БАД «Для кожи, волос и ногтей» используются фразы «комплекс «Для кожи, волос и ногтей», произведенных по международному стандарту качества GMP...препарат способствует: улучшению состояния ногтей; предотвращению выпадения волос; приданию кожи упругости и эластичности ...поддержанию в норме работы сальных желез...».

В качестве доказательства описанных в рекламе свойств рекламодателем представлен Отчет о клиническом применении препарата «Для кожи, волос и ногтей» в качестве средства, обеспечивающего организм ценными питательными и восстанавливающими веществами для поддержания естественной красоты изнутри: здоровые кожа, волосы, ногти. Отчет утвержден главным врачом КГБУЗ «Консультативно-диагностический центр» г.Бийск. В заключении к отчету врача косметолога-дерматолога высшей категории, к.м.н. С<...> указано, что «К моменту окончания клинического исследования явно прослеживается эстетический результат воздействия исследуемого средства: появилась свежая сияющая здоровая кожа, более густые блестящие волосы, красивые крепкие ногти».

Комиссия, исследовав представленный отчет и заключение, считает, что представленное заключение не может являться доказательством указанных в рекламе свойств БАД «Для кожи, волос и ногтей» ввиду неизвестного периода применения БАД (отсутствуют даты начала и окончания исследования, дата подписания отчета и заключения), незначительного количества участников исследования, используемые в заключении выражения носят субъективный оценочный характер. Кроме того, действующее законодательство не предусматривает обязательного проведения клинических исследований для БАД, а также отсутствует утвержденная процедура проведения подобных исследований.

Указанные в рекламной информации свойства БАД «Для кожи, волос и ногтей» «Препарат способствует предотвращению выпадения волос; приданию кожи упругости и эластичности благодаря улучшению синтеза коллагена, поддержанию в норме работы сальных желез, что помогает уменьшить жирный блеск и улучшить состояние кожи» не соответствует действительности, а также свидетельству о государственной регистрации №RU. 77.99.32.003.E.004663.03.15 от 12.03.2015г.

Таким образом, из смысла содержания в рассматриваемой рекламной информации содержатся недостоверные сведения в отношении характеристик БАД «Гиалуроновая кислота» и БАД «Для кожи, волос и ногтей», что указывает на нарушение п.2 ч.3 ст.5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со ст. 38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение требований п.2 ч.3 ст.5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодаделец.

В соответствии с п.5 ст.3 Федерального закона «О рекламе», рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Установлено, что между ООО «Хёрст Шкулёв Медиа» (ИНН 7708183322) (Исполнитель) и ЗАО «Эвалар» (ИНН 2227000087) (Заказчик) заключен договора №62705 на оказание услуг по размещению рекламы от 12.01.2015г., согласно п.2.1. договора Заказчик поручает, а Исполнитель принимает на себя обязательства по размещению рекламы, представленной Заказчиком в Сети «Антенна-Телесемь».

Таким образом, рекламодателем является ЗАО «Эвалар» (ИНН 2227000087).

На основании изложенного, Комиссией установлен факт нарушения ЗАО «Эвалар» п.2 ч.3 ст.5 Федерального закона «О рекламе», что выражается в размещение недостоверной рекламной информации.

ЗАО «Эвалар» не представлено доказательство о прекращении размещения рассматриваемой рекламы, не соответствующей требованиям Федерального закона «О рекламе», в связи с чем, Комиссия считает необходимым выдачи ЗАО «Эвалар» предписания.

На основании изложенного, руководствуясь п.1 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пп.37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

1.Признать рекламу БАД «Гиалуроновая кислота» и БАД «Для кожи, волос и ногтей» ЗАО «Эвалар», размещенную в журнале «Антенна-Телесемь» (№15, Москва, 18 апреля – 24 апреля 2016г.; №25, Москва, 27 июня- 3 июля 2016г.) и рекламу БАД «Гиалуроновая кислота», размещенную в журнале «Телепарк» (№39, Барнаул, с 3 по 9 октября 2016г.), ненадлежащей.

2.Признать ЗАО «Эвалар» нарушившим требования п.2 ч.3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

3.Выдать ЗАО «Эвалар» предписание об устранении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу УФАС по Алтайскому краю для возбуждения дела об административном правонарушении и проведения административного расследования, предусмотренного ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

<...>

ПРЕДПИСАНИЕ № 161

о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

22 ноября 2016 г.

г. Барнаул

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

<...>

на основании своего решения от 22 ноября 2016г. по делу № 144-ФАС22-Р/11-16 о признании ненадлежащей рекламы БАД «Гиалуроновая кислота» и БАД «Для кожи, волос и ногтей», размещенную в журнале «Антенна-Телесемь» (№15, Москва, 18 апреля – 24 апреля 2016г.; №25, Москва, 27 июня- 3 июля 2016г.) и рекламы БАД «Гиалуроновая кислота», размещенную в журнале «Телепарк» (№39, Барнаул, с 3 по 9 октября 2016г.), поскольку при ее размещении нарушены требования п.2 ч.3 ст.5 Федерального закона «О рекламе», в соответствии с пунктами 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. ЗАО «Эвалар» в **двадцатидневный срок** со дня вынесения предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: прекратить размещение любым способом и в любом месте ненадлежащей рекламы БАД «Гиалуроновая кислота» и БАД «Для кожи, волос и ногтей», по которой вынесено решение, в которой нарушены требования п.2 ч.3 ст.5 Федерального закона «О рекламе».

2. ЗАО «Эвалар» представить в управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания **до 20 декабря 2016 года**.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе, управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю вправе, в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от трехсот до пятисот тысяч рублей.

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

<...>