

ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА
УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ
ПО АСТРАХАНСКОЙ ОБЛАСТИ

414000, г. Астрахань, ул. Шаумяна, д.47, а/я 267, тел. (8512) 39-05-80

РЕШЕНИЕ

по делу № 40-Р-05-11

«26» января 2012 г. Астрахань

Комиссия Астраханского УФАС России (далее - Управление) по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, (далее — Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии:

<> - руководитель Управления,

Члены Комиссии:

<> - главный специалист-эксперт отдела финансовых рынков и рекламы Управления,

<>. - ведущий специалист-эксперт отдела финансовых рынков и рекламы Управления,

<>. - специалист-эксперт отдела финансовых рынков и рекламы Управления,

рассмотрев дело № 40-Р-05-11 по признакам нарушения Индивидуальным предпринимателем <> (и Индивидуальным предпринимателем <> законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения на странице 8 газеты «Час Пик Астрахань» № 23 (38) 15 июня — 21 июня 2011 рекламы «Алтайский целитель Во все времена люди ценили свойства пантов благородного оленя...»,

УСТАНОВИЛА:

На странице 8 газеты «Час пик Астрахань» № 23 (38) 15 июня — 21 июня 2011 (свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ30-00105 от 16.11.2010, выданное Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых

коммуникаций по Астраханской области), вышедшей в свет 15.06.2011 года, размещена реклама следующего содержания: «Алтайский целитель Во все времена люди ценили свойства пантов благородного оленя. Панты — это молодые неокостеневшие рожки, насыщенные кровеносными сосудами. Этот продукт используется в восточных медицинских практиках на протяжении тысячелетий для врачевания. Он является эффективным средством при лечении простудных процессов ...» (экземпляр газеты «Час пик Астрахань» № 23 (38) 15 июня — 21 июня 2011 прилагается к материалам дела) (далее — Реклама).

Лицо, определившее объект рекламирования, содержание Рекламы и осуществившее приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму, - ИП Швецова Е.М., которая на основании п. 5, п. 6 ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе) является рекламодателем и рекламопроизводителем Рекламы (письмо ИП Амерханова Э.А. вх. № 10503 от 12.12.2011; договор о рекламном обслуживании № 094 от 28.03.2011, заключенный между ИП Амерхановым Э.А. и ИП Швецовой Е.М.).

Лицо, осуществившее распространение Рекламы, - ИП Амерханов Э.А., который на основании п. 7 ст. 3 Закона о рекламе является рекламодателем Рекламы (письмо учредителя газеты «Час пик Астрахань» Общества с ограниченной ответственностью «АСК — Медиа» (414040, г. Астрахань, ул. Адмиралтейская, 52/1) (далее — ООО «АСК — Медиа») вх. № 9765 от 23.11.2011; договор о передаче прав на размещение рекламы в СМИ от 16.11.2010, заключенный между ООО «АСК — Медиа» и ИП Амерхановым Э.А.; письмо ИП Амерханова Э.А. вх. № 10503 от 12.12.2011).

В соответствии с 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 лечения, изделий медицинского назначения и медицинской техники.

Согласно п. 1 ч. 1 ст. 25 Закона о рекламе реклама биологически активных добавок и пищевых добавок не должна создавать впечатление о том, что они являются лекарственными средствами и (или) обладают лечебными свойствами.

Реклама сообщает о препарате «Сологем», который не зарегистрирован как лекарственный препарат (письмо Управления Федеральной службы по надзору в сфере здравоохранения и социального развития Астраханской области вх. № 10284 от 05.12.2011) и является биологически активной добавкой к пище (письмо Управления Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Астраханской области вх. № 10400 от 08.12.2011).

В Рекламе указано: «... «Сологем» корректирует в организме работу всех

без исключения органов и систем, улучшает обмен веществ, благотворно воздействует на опорно-двигательный аппарат, бронхи и легкие, органы выделения, пищеварения, сердце и сосуды, зрение, слух; улучшает иммунитет, память и восстанавливает половую функцию, нормализует мозговую деятельность, помогает при лечении болезней печени, почек, желчного пузыря, оказывает тонизирующее действие (особенно — на мужскую потенцию). Средство является кровоостанавливающим, в том числе при влагалищных кровотечениях, помогает при отравлениях, анемии, общих истощениях, укрепляет кости, мускулы; стимулирует развитие умственных способностей, укрепляет волю. «Сологем» используется при лечении подагры, конвульсий с ознобом, застоя крови, мочекаменной болезни... Благодаря применению препарата ... происходит восстановление иммунной системы при иммунодефиците, излечиваются болезни органов дыхания: туберкулез, очаги затемнения в легких, плевриты, пневмония, бронхиальная астма, трахеиты, гнойные бронхиты, ОРЗ и грипп. Препарат «Сологем» используется при терапии заболеваний сердечно-сосудистой системы: аритмии, артериальной гипертензии, гипотензии, атеросклерозе, варикозном расширении вен, вегетососудистой дистонии, ишемической болезни, инфарктах, инсультах, стенокардии, сердечной недостаточности. «Сологем» борется с заболеваниями желудочно-кишечного тракта: гастритами, язвенной болезнью, колитами, запорами; с заболеваниями печени и желчного пузыря: циррозами, гепатитами, дискинезией желчевыводящих путей, холециститами, камнями в желчном пузыре; эффективен препарат при терапии мочекаменной, почечнокаменной болезнях, помогает при лечении аденомы, простатита, цистита, миом, пиелонефритов, импотенции, воспалении маточных труб, яичников, климактерических расстройств. «Сологем» излечивает фарингит, отит, ларингит, насморк (ринит), тонзиллит, используется при лечении болезней мозга, нервной системы: нервной возбудимости, неврозов, болезней Паркинсона и Альцгеймера, слабоумия, церебрального паралича, депрессивных, сумеречных состояний, задержек в развитии, маразма; применяется при лечении опухолевых заболеваний, онкологических процессов, тормозит рост новообразований; борется с подагрой, остеохондрозом, коксоартритом, артрозами, отложениями солей, смещением межпозвоночных дисков, позвоночными грыжами, переломами, бурситами, радикулитами, ревматизмом, дермитами, аллергическими высыпаниями, расчесами, фурункулезом, трофическими язвами, применяется при лечении панкреатитов, узлов на щитовидной железе, сахарного диабета. Сологем» сдерживает размножение клеток вируса в крови, препятствует рецидиву хронических заболеваний, улучшает и корректирует состав крови, предупреждает перерождение злокачественных клеток, выводит шлаки и токсины...».

Также в Рекламе содержится «отзывы людей, которые испытали на себе и своих близких силу Алтайского целителя», а именно: «.. Дочери 36 лет, она долго мучилась от дерматита... Решили испытать «Сологем»... Помогло — на удивление докторам...», «...Моей маме поставили диагноз — рассеянный

склероз. Она гипертоник... Но ни таблетки, ни лекарства не помогли, врачи были бессильны... А «Сологем» помог...», «Сестра после травмы головы страдала асимметричной энцефалопатией головного мозга. Еще у нее киста височной доли, из-за чего она мучилась страшными головными болями. Но никакие обезболивающие ей не помогли. Стала пить «Сологем» - боли ушли, теперь ей значительно лучше...», «Долгое время я ничего не видела правым глазом, в поликлинике это никак не лечили, говорили, что так и буду жить. Кроме того, у меня еще и ишемия, остеохондроз, артроз, нефрит, холецистит. Я начала пить «Сологем» - полегчало. Сначала суставы стали меньше болеть, я заново училась жить без боли. Зрение постепенно начало восстанавливаться. Потом сердце заработало...», «Недавно сделал УЗИ — узелки... Мучают давление и тахикардия, были узлы на щитовидке. Пью «Сологем»... Считаю, что сердце подлечил основательно, на щитовидке рассасываются...».

Таким образом, Реклама содержит указание на лечебные свойства БАД «Сологем» и, следовательно, нарушает п. 6 ч. 5 ст. 5, п. 1 ч. 1 ст. 25 Закона о рекламе.

В соответствии с п. 2 ч. 1 ст. 25 Закона о рекламе реклама биологически активных добавок и пищевых добавок не должна содержать ссылки на конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния в результате применения таких добавок.

Таким образом, включение в Рекламу вышеуказанных отзывов людей, в которых сообщается об улучшении состояния здоровья в связи с применением БАД «Сологем», нарушает также и п. 2 ч. 1 ст. 25 Закона о рекламе.

В соответствии с п. 3 ч. 1 ст. 25 Закона о рекламе реклама биологически активных добавок и пищевых добавок не должна содержать выражение благодарности физическими лицами в связи с применением таких добавок.

В Рекламе указано: «... Долгое время я ничего не видела правым глазом, в поликлинике это никак не лечили, говорили, что так и буду жить. Кроме того, у меня еще и ишемия, остеохондроз, артроз, нефрит, холецистит. Я начала пить «Сологем» - полегчало. Сначала суставы стали меньше болеть, я заново училась жить без боли. Зрение постепенно начало восстанавливаться. Потом сердце заработало. Пью препарат три недели и буду продолжать. Люди, не сдавайтесь болезням! «Сологему» - огромное спасибо! А.Н. Петрова, г. Камышин...»

Таким образом, Реклама нарушает п. 3 ч. 1 ст. 25 Закона о рекламе.

В соответствии со ст. 8 Закона о рекламе в рекламе товаров при дистанционном способе их продажи должны быть указаны сведения о продавце таких товаров: наименование, место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического

лица; фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя.

На основании ч. 2 ст. 497 ГК РФ, ст. 26.1 Закона РФ от 07.02.1992 N 2300-1 "О защите прав потребителей", Правил продажи товаров дистанционным способом, утвержденных постановлением Правительства РФ от 27.09.2007 N 612, продажа товаров посредством средств связи, в том числе почтовой связи, является дистанционным способом продажи товаров.

Реклама сообщает о дистанционном способе продажи БАД «Сологем», а именно в Рекламе указано: «... 23 июня г. Астрахань С 10-11 ЧАСОВ в Доме Офицеров, ул. Адм. Нахимова, 58 Состоится выставка - продажа препарата «СОЛОГЕМ» Цена 430 руб. (1 уп.) Заказы и письма: 614007, г. Пермь, а/я 262 Швецовоу Е.М. ПЕНСИОНЕРАМ И ИНВАЛИДАМ СКИДКИ!...».

Однако все необходимые в соответствии со ст. 8 Закона о рекламе сведения о продавце БАД «Сологем» в Рекламе не указаны.

Таким образом, Реклама нарушает ст. 8 Закона о рекламе.

Реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, на основании ст. 3 Закона о рекламе, является ненадлежащей и законом не допускается.

Таким образом, установлено распространение на странице 8 газеты «Час пик Астрахань» № 23 (38) 15 июня — 21 июня 2011, вышедшей в свет 15.06.2011, ненадлежащей рекламы следующего содержания: «Алтайский целитель Во все времена люди ценили свойства пантов благородного оленя. Панты — это молодые неокостеневшие рожки, насыщенные кровеносными сосудами. Этот продукт используется в восточных медицинских практиках на протяжении тысячелетий для врачевания. Он является эффективным средством при лечении простудных процессов ...» с нарушением требований п. 6 ч. 5 ст. 5, п. 1 ч. 1 ст. 25, п. 2 ч. 1 ст. 25, п. 3 ч. 1 ст. 25, ст. 8 Закона о рекламе.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе рекламодаделец несет ответственность за нарушение требований, установленных п. 6 ч. 5 ст. 5, п. 1 ч. 1 ст. 25, п. 2 ч. 1 ст. 25, п. 3 ч. 1 ст. 25, ст. 8 Закона о рекламе.

В соответствии с ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных ст. 8 Закона о рекламе.

Согласно ч. 8 ст. 38 Закона о рекламе рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в ч. 6 и ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

ИП Амерханов Э.А. нарушение законодательства о рекламе признал (письма предпринимателя вх. № 10619 от 14.12.2011; № 10503 от 12.12.2011).

На основании изложенного, руководствуясь п. 2 ч. 1 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с пп. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1.

1. Признать ненадлежащей рекламу следующего содержания: «Алтайский целитель Во все времена люди ценили свойства пантов благородного оленя. Панты — это молодые неокостеневшие рожки, насыщенные кровеносными сосудами. Этот продукт используется в восточных медицинских практиках на протяжении тысячелетий для врачевания. Он является эффективным средством при лечении простудных процессов ...», размещенную на странице 8 газеты «Час пик Астрахань» № 23 (38) 15 июня — 21 июня 2011, вышедшей в свет 15.06.2011, поскольку в ней нарушены требования п. 6 ч. 5 ст. 5, п. 1 ч. 1 ст. 25, п. 2 ч. 1 ст. 25, п. 3 ч. 1 ст. 25, ст. 8 Закона о рекламе.
2. Выдать ИП Амерханову Э.А. и ИП Швецовой Е.М. предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Астраханского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме «07» февраля 2012 года. Решение может быть обжаловано в Арбитражный суд в порядке, предусмотренном ст. 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии <>

Члены Комиссии: <>



ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА
УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ
ПО АСТРАХАНСКОЙ ОБЛАСТИ

414000, г. Астрахань, ул. Шаумяна, д.47, а/я 267, тел. (8512) 39-05-80

ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе по делу № 40-Р-05-11

«26» января 2012 г. Астрахань

Комиссия Астраханского УФАС России (далее - Управление) по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, (далее — Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии:

<> - руководитель Управления,

Члены Комиссии:

<> - главный специалист-эксперт отдела финансовых рынков и рекламы Управления,

<> - ведущий специалист-эксперт отдела финансовых рынков и рекламы Управления,

<> - специалист-эксперт отдела финансовых рынков и рекламы Управления,

на основании своего решения от 26.01.2012 года по делу № 40-Р-05-11 о признании ненадлежащей рекламы следующего содержания: «Алтайский целитель Во все времена люди ценили свойства пантов благородного оленя. Панты — это молодые неокостеневшие рожки, насыщенные кровеносными сосудами. Этот продукт используется в восточных медицинских практиках на протяжении тысячелетий для врачевания. Он является эффективным средством при лечении простудных процессов ...», размещенной на странице 8 газеты «Час пик Астрахань» № 23 (38) 15 июня — 21 июня 2011,

вышедшей в свет 15.06.2011, поскольку в ней нарушены требования п. 6 ч. 5 ст. 5, п. 1 ч. 1 ст. 25, п. 2 ч. 1 ст. 25, п. 3 ч. 1 ст. 25, ст. 8 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», в соответствии с п. 1 ч. 2 ст. 33, ч. 1, ч. 3 ст. 36 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», п. 44, п. 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Индивидуальному предпринимателю Амерханову Эдуарду Александровичу <> и Индивидуальному предпринимателю Швецовой Елене Михайловне <> в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение ст. 8 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», а именно не осуществлять распространение рекламы следующего содержания: «Алтайский целитель Во все времена люди ценили свойства пантов благородного оленя. Панты — это молодые неокостеневшие рожки, насыщенные кровеносными сосудами. Этот продукт используется в восточных медицинских практиках на протяжении тысячелетий для врачевания. Он является эффективным средством при лечении простудных процессов ...» с нарушением п. 6 ч. 5 ст. 5, п. 1 ч. 1 ст. 25, п. 2 ч. 1 ст. 25, п. 3 ч. 1 ст. 25, ст. 8 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».
2. Индивидуальному предпринимателю Амерханову Эдуарду Александровичу и Индивидуальному предпринимателю Швецовой Елене Михайловне предоставить в Астраханское УФАС России письменные доказательства исполнения п. 1 настоящего предписания в срок **до 01.04.2012 года.**

Невыполнение в установленный срок законного предписания, решения федерального антимонопольного органа, его территориального органа о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе влечет в соответствии с ч. 2.4 ст. 19.5 КоАП РФ наложение административного штрафа на должностных лиц 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 ст. 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии <>

Члены Комиссии: <>

<>

<>