

РЕШЕНИЕ

23 ноября 2010 года

г. Йошкар-Ола

Резолютивная часть решения объявлена 11 ноября 2010 года.

Полный текст решения изготовлен 23 ноября 2010 года.

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

председатель Комиссии – и.о. заместителя руководителя управления Агапитова Ю.И.;

член Комиссии – специалист - эксперт отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов Батухтина Е.Ю.,

член Комиссии – специалист - эксперт отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов Смирнова А.Ю.,

рассмотрев дело № 03-37/32 по признакам нарушения пунктов 2, 4, 6, 7, 8 части 1 статьи 24 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) при размещении в газете «PRO Город Йошкар-Ола» № 5 (22) от 06 февраля 2010 года рекламы медицинского прибора «НЕВОТОН»,

в отсутствие надлежащим образом уведомленных ООО «Пресса» и ИП М.

Комиссией Марийского УФАС России принято решение о рассмотрении дела № 03-37/32 в отсутствие ООО «Пресса» и ИП М.

УСТАНОВИЛА:

В ходе проведения мониторинга рекламы размещенной в газете «PRO Город Йошкар-Ола» № 5 (22) от 6 февраля 2010 года (далее – Газета), 27 февраля 2010 года специалистом Марийского УФАС России обнаружена реклама, содержащая признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На шестнадцатой полосе Газеты размещена рекламная статья под заголовком «Лекарь «НЕВОТОН»: Ленинградское чудо в Йошкар-Оле» (далее – Статья), содержащая подробную консультативную информацию по использованию прибора «Невотон» (далее - Прибор) и магнитной подставки, а также продаже ограниченной партии Прибора. В Статье раскрывается эффективность, безопасность, отсутствие побочных эффектов применения Прибора и опубликован отзыв известного диктора (Игоря Кириллова) об улучшении его состояния в результате применения Прибора. Кроме того, в Статье приведены следующие сведения: «Регистр. Удост. Минздрава России №29/23010203/5267-03 от 15.05.2003г. СЭЗ №77.99.34.944 Д.009771.08.07 от 17.08.2007г. Лицензия № 64/2004-04-25-0011 от 20.01.2004г. Цены на дату публикации. ИП М. ОГРН 307505007800012».

Результаты мониторинга зафиксированы актом от 27 февраля 2010 года.

Статья была размещена в Газете на основании договора № 297 от 01 февраля 2010 года, заключенного между ИП М. и ООО «Пресса».

Из письменных объяснений и документов, представленных ООО «Пресса» (вх. № 1520 от 08.06.2010) следует, что между ООО «Пресса» и ИП М. был заключен договор о размещении рекламных материалов в СМИ еженедельнике «PRO Город Йошкар-Ола», распространяемом на территории Республики Марий Эл. Согласно заявки № 1 на производство и размещение рекламных и информационных материалов (приложение к договору № 297) рекламные материалы ИП М. размещались в Газете 06 февраля 2010 года. Также рекламный макет был опубликован 13 марта 2010 года, 17 апреля 2010 года. В соответствии с п. 2 заявки рекламные материалы, в том числе макет рекламы, были представлены самим рекламодателем ИП М., макет был согласован с ИП М. Считают, что рекламодателем и рекламопроизводителем является ИП М., так как она определяла объект рекламирования, содержание рекламы, приводила информацию в готовую для распространения в виде рекламы форму. ООО «Пресса» является рекламораспространителем вышеуказанной рекламной информации.

Рассмотрев материалы дела, изучив содержание рекламы, документы и объяснения представленные ООО «Пресса», Комиссия установила следующее.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе, реклама – информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе, 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.

Согласно пункту 3 статьи 3 Закона о рекламе, товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Таким образом, информация ИП М. размещенная в Газете, является рекламой, так как адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания потребителей к рекламируемому товару (прибору «Невотон»), основной целью распространяемой информации является формирование интереса к товару и его продвижение на рынке, объектом рекламирования является товар, реализуемый М.

Организацией - разработчиком и предприятием - производителем устройства-апликатора магнитостимулирующего для воздействия на БАТ и БАЗ «Невотон МК – 37.2.1» в комплекте с: - насадкой игольчатой; - насадками шаровидными диаметром 0,5; 3,0; 8,0 мм; - держателем насадок пластмассовым или металлическим является общество с ограниченной ответственностью Научно-производственная фирма «Невотон», расположенное по адресу: 192012, г. Санкт-Петербург, ул. Грибакиных, дом 25, корп. 3.

Согласно регистрационному удостоверению № 29/23010203/5267-03 от 15 мая 2003 года действительному до 14 февраля 2013 года выданному Министерством здравоохранения Российской Федерации, устройство-апликатор магнитостимулирующий для воздействия на БАТ и БАЗ «Невотон МК – 37.2.1» является изделием медицинской техники (Код ОКП: 94 4490 Класс: 2 а), зарегистрировано в Российской Федерации, внесено в Государственный реестр медицинских изделий.

В соответствии с пунктом 2 части 1 статьи 24 Закона о рекламе реклама медицинской техники не должна содержать ссылки на конкретные случаи излечения от заболеваний, улучшения состояния здоровья человека в результате применения объекта рекламирования.

Так в Статье приводится интервью известного диктора Игоря Кириллова:

- «.....несколько лет назад моя жизнь замерла. Сильные головные боли, давление... - гипертония. Чего я только не перепробовал: лекарства, уколы... Ничего не помогало. Мне посоветовали «Невотон», я решил попробовать. Ведь это же очень просто – надел... и забыл. И только через два дня понял: голова не болит, давление нормализовалось, смены погоды совершенно не чувствую. «Невотон» вернул меня к жизни, Уверен и вам он поможет!»

Из содержания приведенного интервью, потребитель рекламы может сделать однозначный вывод об улучшении состояния людей в результате применения Прибора.

Согласно пункту 4 части 1 статьи 24 Закона о рекламе реклама медицинской техники не должна создавать представление о преимуществах объекта рекламирования путем ссылки на факт проведения исследований, обязательных для государственной регистрации объекта рекламирования.

Несмотря на данную норму закона, в Статье содержится ссылка на факт проведения исследований, обязательных для государственной регистрации объекта рекламирования.

Так в Статье указано: «Исследования ученых и врачей на практике показали, что прибор быстро снимает боль, для чего достаточно 3-5 дней. Воздействуя на системы организма, аппликатор помогает справиться со многими недугами. «Невотон» снимает боли при травмах, ушибах, растяжениях и т.п. Стимулирует восстановление сил после физической и психологической нагрузок. «Невотон» повышает выносливость, снимает нервное напряжение, нормализует сон. Улучшает пищеварение. Активизирует внутренние энергетические возможности человека.

В соответствии с Административным регламентом Федеральной службы по надзору в сфере здравоохранения и социального развития по исполнению государственной функции по регистрации изделий медицинского назначения, утвержденным приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 30 октября 2006 ода № 735 (далее – Регламент), регистрации подлежат все изделия медицинского назначения, предполагаемые к медицинскому применению на территории Российской Федерации и включающие в себя приборы, аппараты, инструменты, устройства, комплекты, комплексы, системы с программными средствами, оборудование, приспособления, перевязочные и шовные средства, стоматологические материалы, наборы реагентов, контрольные материалы и стандартные образцы, калибраторы, расходные материалы для анализаторов, изделия из полимерных, резиновых и иных материалов, программное обеспечение, которые применяют в медицинских целях по отдельности или в сочетании между собой и которые предназначены для:

- профилактики, диагностики (in vitro), лечения заболеваний, реабилитации, проведения медицинских процедур, исследований медицинского характера, замены и модификации частей тканей, органов

человека, восстановления или компенсации нарушенных или утраченных физиологических функций, контроля над зачатием;

- воздействия на организм человека таким образом, что их функциональное назначение не реализуется путем химического, фармакологического, иммунологического или метаболического взаимодействия с организмом человека, однако способ действия которых может поддерживаться такими средствами.

Регистрация изделий медицинского назначения представляет собой государственную контрольно-надзорную функцию, исполняемую Федеральной службой по надзору в сфере здравоохранения и социального развития с целью допуска изделий медицинского назначения к производству, импорту, продаже и применению на территории Российской Федерации (п.1.2. Регламента).

Согласно п. 1.7. Регламента регистрация осуществляется на основании результатов соответствующих испытаний и оценок, подтверждающих качество, эффективность и безопасность изделий. Для регистрации изделия в качестве медицинской техники необходимы технические, токсикологические, медицинские испытания, подтверждающие эффективность изделия медицинского назначения, степень достижения изделием медицинского назначения целей своего предназначенного использования.

Согласно требованиям действующего законодательства о рекламе, реклама медицинской техники не должна:

- способствовать созданию у здорового человека впечатления о необходимости применения объекта рекламирования (пункт 6 части 1 статьи 24 Закона о рекламе);

- создавать впечатление ненужности обращения к врачу (пункт 7 части 1 статьи 24 Закона о рекламе);

- гарантировать положительное действие объекта рекламирования, его безопасность, эффективность и отсутствие побочных действий (пункт 8 части 1 статьи 24 Закона о рекламе).

Несмотря на требования вышеуказанных норм закона, текст Статьи содержит следующие пояснения:

- «Кстати, «Невотон» может не только вылечить, но и уберечь от многих болезней, снимая стрессы, повышая иммунитет и работоспособность, поэтому **его рекомендуют и здоровым людям**»;

- «Невотон» лечит широкий спектр заболеваний и прост в применении. Он **справится даже с запущенными случаями заболевания. Он совершенно безопасен**: не вызывает передозировки и побочных эффектов, **не требует консультации врача**. Им можно пользоваться и детям и взрослым;

- «Этот знаменитый **прибор прославился своей эффективностью**, простотой использования и надежностью.

Таким образом, рекламная информация, изложенная в Статье способствует созданию у здорового человека впечатления о необходимости применения Прибора; создает впечатление ненужности обращения к врачу; гарантирует положительное действие Прибора, его безопасность, эффективность.

Следовательно, рассматриваемая реклама нарушает требования пунктов 2, 4, 6, 7, 8 части 1 статьи 24 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 11 статьи 5 Закона о рекламе при производстве, распространении и размещении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации. Согласно пункту 4 статьи 3 Закона о рекламе ненадлежащая реклама – это реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Таким образом, реклама ИП М. размещенная в Газете, не соответствующая требованиям пунктов 2, 4, 6, 7, 8 части 1 статьи 24 Закона о рекламе является ненадлежащей.

Согласно статье 3 Закона о рекламе: рекламодатель – это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В соответствии со статьей 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение части 1 статьи 24 Закона о рекламе несёт рекламодатель и рекламопроизводитель в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

Распространение Статьи в Газете осуществлялось на основании договора № 297 от 01.02.2010, заключенного между ИП М. (Заказчиком) и ООО «Пресса» (Исполнителем). Согласно п. 2 заявки № 1 на производство и размещение рекламных и информационных материалов от 01.02.2010г. ИП М. (Заказчик) представляет рекламные и информационные материалы, подлежащие размещению ООО «Пресса» (Исполнителю). Макет рекламной статьи был представлен ИП М. Из приходного кассового ордера следует, что ИП М. за размещение в Газете рекламной информации оплатила 15750 руб. 00

коп.

Таким образом, ИП М. определила объект рекламирования и содержание рекламы, оплатила услуги по размещению рекламы в Газете, привела информацию в готовую для распространения в виде рекламы форму. Отсюда следует, что ИП М. является рекламодателем и рекламопроизводителем.

ООО «Пресса», получив от ИП М. заявку на размещение рекламных материалов, электронный макет рекламной статьи, разместило рекламу в Газете. Соответственно, ООО «Пресса» является рекламораспространителем.

Таким образом, нарушение пунктов 2, 4, 6, 7, 8 части 1 статьи 24 Закона о рекламе произошло по вине рекламодателя и рекламопроизводителя – ИП М.

На момент рассмотрения дела, на обозрение Комиссии Марийского УФАС России доказательств прекращения размещения рассматриваемой рекламы, представлено не было.

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, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламную статью индивидуального предпринимателя Мисниченко Татьяны Александровны под заголовком «Лекарь «НЕВОТОН»: Ленинградское чудо в Йошкар-Оле», размещенную в газете «ПРО Город Йошкар-Ола» № 5 (22) от 6 февраля 2010 года, поскольку в ней нарушены требования пунктов 2, 4, 6, 7, 8 части 1 статьи 24 Федерального закона от 13 марта 2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе ИП М. и ООО «Пресса».

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Марийского УФАС России для возбуждения дел об административном правонарушении в соответствии со статьей 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.

Председатель Комиссии

Ю.И. Агапитова

Члены Комиссии

Е.Ю. Батухтина

А.Ю. Смирнова