

## РЕШЕНИЕ

01 сентября 2011 г.

г. Новосибирск

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

председатель Комиссии: заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы Т.В. Лопаткина,

члены Комиссии: И.В. Волохина – главный специалист-эксперт отдела рекламы;

Е.А. Скоп – специалист-эксперт отдела рекламы,

рассмотрев дело № 24, возбужденное в отношении Открытого акционерного общества «Завод экологической техники и экопитания «ДИОД» (адрес местонахождения: 115114, г. Москва, ул. Дербеневская, д. 11А, далее - «ЗЭТиЭ «ДИОД») по факту размещения 16 мая 2010 г. в период с 10 ч. 00 мин. до 11 ч. 00 мин. новосибирского времени на частоте 106,7 FM радиостанции «Радио Дача» рекламной информации о препарате «Стелла», с признаками нарушения:

- п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона РФ от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), согласно которому недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;

- п.2 ч.3 ст.5 Закона о рекламе, согласно которому 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;

- ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе, согласно которой не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы;

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

в присутствии:

представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения

законодательства о рекламе – ОАО «ЗЭТиЭ «ДИОД», (не явился, уведомлен надлежащим образом),

## У С Т А Н О В И Л А:

В мае 2010 г. Новосибирским УФАС России проводился мониторинг рекламной информации, распространяемой при трансляции на радиостанциях города Новосибирска на предмет соблюдения требований Закона о рекламе.

В ходе указанного мониторинга 16 мая 2010 г. в период с 10 ч. 00 мин. до 11 ч. 00 мин. местного времени на частоте 106,7 FM радиостанции «Радио Дача» было установлено распространение рекламной информации о препарате «Стелла» следующего содержания:

«Мужской голос за кадром

- Мастопатия, миома, эндометриоз. Причина – нарушение обмена эстрогенов.

Женский голос за кадром.

- Поможет новый не гормональный препарат «Стелла», разработанный при участии Российского общества акушеров-гинекологов.

«Стелла» - реальная защита от женских проблем.

Мужской голос за кадром

- Спрашивайте в аптеках. Не является лекарством».

В ходе проведения дальнейшей проверки установлено следующее.

Согласно 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.

Рассматриваемая информация по характеру и способу распространения адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания, формирование или поддержание интереса к объекту рекламирования – препарату «Стелла», способствует продвижению его на рынке, то есть обладает всеми признаками рекламы в соответствии с п. 3 ст. 3 Закона о рекламе.

Вышеуказанная реклама содержит следующую информацию: «...новый не гормональный препарат «Стелла», разработанный при участии Российского общества акушеров-гинекологов...»

В соответствии с п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе, признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Согласно материалам дела, (Информационное письмо Российского Общества акушеров-гинекологов, далее - РОАГ) БАД «Стелла» разработан на

основе рекомендаций РОАГ (информационное письмо от 12.10.2008 г.) под руководством президента РОАГ, академика РАМН «...» по использованию активных фитосоединений для регуляции и коррекции метаболизма эстрогенов.

Кроме того, в своем отзыве (вх. № 7475 от 30.08.2011 г.) Обществом указывается, что в тексте рекламы не содержатся сведения о преимуществах БАД «Стелла» перед находящимися в обороте товарами, т.к. в информации не акцентируется внимание на уже изготовляемых или реализуемых другими продавцами товарах, а также не вводит потребителей в заблуждение относительно исключительности товара, поскольку указанная в рекламе информация не содержала сведений о превосходстве и преимуществах БАД «Стелла» перед находящимися в обороте товарами.

В спорной рекламе отсутствует информация и сведения, которые привлекают внимание потребителей товаров к одному хозяйствующему субъекту и создают преимущество рекламируемого Обществом БАД «Стелла» по сравнению с товарами других хозяйствующих субъектов на рынке биологически активных добавок. Также в рекламе не используются словосочетания, предполагающие, что БАД «Стелла» является эксклюзивным и самым востребованным со стороны потребителей.

Таким образом, материалами дела не подтвержден факт наличия нарушения п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.

В рассматриваемой рекламе указывается следующее: «...Мастопатия, миома, эндометриоз. Причина – нарушение обмена эстрогенов. Поможет новый не гормональный препарат «Стелла».

Согласно 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.

Вышеуказанная информация нарушает п. 2 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе, так как содержит несоответствующие действительности сведения о потребительских свойствах, в связи со следующим.

Рекламируемый препарат «Стелла», согласно материалам дела, зарегистрирован в качестве биологически активной добавкой к пище, на основании Свидетельства о государственной регистрации № 77.99.23.3.У.7553.8.09 от 12.08.2009 г., в качестве источника индол-3-карбинола, эпигаллокатехина-3-галлата, изофланов сои. Имеет Санитарно-Эпидемиологическое заключение № 77.99.11.003.Т.002151.08.09. от 11.08.2009 г., выданное на основании экспертного заключения НИИ Питания РАМН № 72/Э-305/б-09 от 26.03.2009 г., в разделе «Заключение» которого указано, что БАД «Стелла», по результатам проведенной санитарно-эпидемиологической экспертизы соответствует действующим законодательным актам и нормативным требованиям к качеству и безопасности, установленным для данного вида пищевой продукции и нормативно-технической документации изготовителя. Аналогичный вывод содержится в Экспертном

заключении № 72/Э-476/б-11 от 26.05.2011 г. НИИ Питания РАМН.

В своем Отзыве, представленном на заседание Комиссии антимонопольного органа, Обществом указывается, что рекламная информация БАДа «Стелла», содержащаяся в ролике, не вводила потребителей рекламы в заблуждение относительно характеристик товара, т.к. соответствует действительности и подтверждено документально.

Согласно Письму от 26.04.2006 г. № 0100/4776-06-32 «О системе добровольной сертификации биологически активных добавок к пище», в целях предупреждения действий, вводящих в заблуждение потребителей, Федеральной службой по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека утверждена и внесена в Единый реестр систем добровольной сертификации «Система добровольной сертификации биологически активных добавок к пище, пищевых добавок и пищевых продуктов, полученных из генетически модифицированных источников».

В рамках системы добровольной сертификации предусматривается подтверждение качества и оценка эффективности использования БАД для оптимизации различных видов обмена веществ и нормализации и/или улучшения функционального состояния органов и систем организма человека (в соответствии с СанПин 2.3.2.1290 -03).

БАД «Стелла» имеет сертификат соответствия системы добровольной сертификации № МГ RU.001.П 0685, тем самым, по мнению Общества, подтверждается эффективность и соответствие декларированных свойств, что защищает права потребителей в отношении приобретения продукции ненадлежащего качества и позволяет Обществу информировать своего потребителя не только о безопасности БАД «Стелла» и количественном содержании биологически активных компонентов, но и об эффективности БАД «Стелла» в соответствии с заявленными свойствами.

Данный вывод Общества, как указывающий на отсутствие нарушения законодательства о рекламе, Комиссия считает ошибочным.

Согласно Сертификату соответствия системы добровольной сертификации «Марка года» № МГ RU.001.П 0685 от 25.02.2011 г., биологическая активная добавка к пище «Стелла» рекомендуется в качестве БАД к пище – источника индол-3-карбинола, эпигаллокатехин-3-галлата, изофилов сои, способствующая нормализации обмена экстрагенов

Сравнение представленных документов, где указана область применения препарата «Стелла» (в том числе о том, что препарат способствует нормализации обмена экстрагенов) с содержанием рассматриваемой рекламы (утверждение о том, что препарат поможет не просто при нарушении обмена эстрогенов, а при таких заболеваниях как мастопатия, миома, эндометриоз, причиной возникновения которых является нарушение обмена эстрогенов) не позволяет сделать вывод о ее соответствии действительности, следовательно, свидетельствует о наличии нарушения п.2 ч.3 ст.5 Закона о рекламе.

Согласно ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе, не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об

условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

В рассматриваемой рекламе имеется ссылка о том, что препарат не является лекарством, следовательно, рекламируемый препарат может являться БАДом.

Кроме того, согласно пояснениям, содержащимся в Отзыве Общества, в тексте рекламной информации конкретно указывается, что условием приобретения товара является покупка его в аптеках, в связи с чем, имеющаяся информация не искажается, и не вводятся в заблуждение потребители рекламы, тем самым вызывает у потребителя правильное (неискаженное) представление об объекте рекламирования.

Также Общество указывает, что рекламная информация о БАДе «Стелла», которая прозвучала в СМИ, а именно на радио, т.е. предназначенная для восприятия органами слуха, то она является информацией для импульсивного (быстрого и четкого осознания предлагаемой информации, ее понимания, уяснения без совершения действий, направленных на специальное, длительное сосредоточение внимания). В связи с чем, Закон не требует указания всей существенной информации, но обязывает формулировать у ее потребителя правильное (достоверное) представление о соответствующем товаре.

По мнению Общества, вся необходимая существенная информация для формирования у потребителя представления о БАДе «Стелла» в рекламе имелась.

Таким образом, материалами дела не установлено нарушения ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе.

В соответствии с 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.

Рекламный ролик о препарате «Стелла» содержит следующую информацию: «Мастопатия, миома, эндометриоз. Причина – нарушение обмена эстрогенов. Поможет новый не гормональный препарат «Стелла», разработанный при участии Российского общества акушеров-гинекологов. «Стелла» - реальная защита от женских проблем».

Рассматриваемая рекламная информация способна восприниматься потребителями как реклама препарата, обладающего лечебными свойствами, так как в ней имеется отметка о том, что данный препарат не является лекарством, но необходимо спрашивать его в аптеках, содержится информация о разработке препарата при участии Российского общества акушеров-гинекологов, а из рекламы следует, что препарат может помочь при таких заболеваниях как мастопатия, миома, эндометриоз, причиной возникновения которых является нарушение обмена эстрогенов.

Не соглашаясь с наличием признаков нарушения в спорной рекламе п. 1 ч. 1 ст. 25 Закона о рекламе, в своем Отзыве Общество отмечает, что в тексте рекламы имеется фраза о том, что БАД «Стелла» не является лекарством, а синтаксический анализ предложения с рекламой о том, что новый негормональный препарат

«Стелла» поможет при нарушении обмена эстрогенов, никак не указывает, что он обладает лечебными свойствами.

Согласно Письму Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека от 26.04.2006 г. № 0100/4776-06-32 «О системе добровольной сертификации биологически активных добавок к пище», информация на этикетке должна соответствовать информации, согласованной при государственной регистрации (или санитарно-эпидемиологической экспертизе), то есть указанной в свидетельстве государственной регистрации (или в санитарно-эпидемиологическом заключении). В противном случае, согласно п. 7.4.6 СанПиН 2.3.2. 1290-03 «Гигиенические требования к организации производства и оборота биологически активных добавок к пище (БАД) от 20.06.2003 г. (далее – СанПиН), реализация БАД не допускается.

В соответствии с СанПиН «Продовольственное сырье и пищевые продукты», розничная торговля БАД осуществляется через аптечные учреждения (аптеки, аптечные магазины, аптечные киоски и др.), специализированные магазины по продаже диетических продуктов, продовольственные магазины (специализированные отделы, секции, киоски). Информация о том, что БАД «Стелла» необходимо спрашивать в аптеках, отражается в тексте спорной рекламы.

Согласно п. 4.4. Постановления от 17.04.2003 г. № 50 «О введении в действие санитарно-эпидемиологических правил и нормативов СанПиН 2.3.2.1290-03», кроме иных требований, информация о БАД должна содержать указание, на то, что БАД не является лекарством. Данная информация вынесена на этикетку БАД «Стелла» и отражается в самом тексте рекламы.

Общество отмечает, что БАД «Стелла» согласно сертификату соответствия № АА01.01RU.Ф.000011.12.09 от 23.12.2009 г., выданным Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека, способствует нормализации обмена половых (эстрагенов), а также в соответствии со Свидетельством о государственной регистрации № 77.99.23.3.У.7553.8.09 от 12.08.2009 г. имеет заявленную область применения в качестве БАД к пище - источника индол-3-карбинола, эпигаллокатехина-3-галлата, изофланов сои.

Согласно заключению Акта экспертизы, проведенной Российским Обществом акушеров-гинекологов от 02.02.2009 г., БАД «Стелла» является источником индол-3-карбинола, эпигаллокатехина-3-галлата, изофланов сои (генестеин и дзадзеин), способствующий нормализации объема эстрогенов с целью профилактики и коррекции пролиферативных заболеваний репродуктивной сферы, а также данный факт подтверждается информационным письмом РОАГ.

Постановлением от 20.05.2009 г. № 36 «О надзоре за биологически активными добавками к пище (БАД)» Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека установлено, что используя СМИ для рекламы БАД, необходимо исключить предоставление населению заведомо ложной информации о потребительских свойствах БАД, указанная область применения, не соответствующая записи в свидетельстве государственной регистрации. Рекламная информация БАД «Стелла» соответствует указанным требованиям.

Данные пояснения приняты Комиссией частично на основании следующего.

Обществом правомерно отмечено, что в указанных выше документах (Сертификатах соответствия, Акте экспертизы, проведенной Российским Обществом акушеров-гинекологов от 02.02.2009 г.) содержится информация, что препарат «Стелла» является источником индол-3-карбинола, эпигаллокатехина-3-галлата, изофланов сои (генестеин и дзадзеин), способствующий нормализации объема эстрогенов с целью профилактики и коррекции пролиферативных заболеваний репродуктивной сферы.

Согласно Толковому словарю русского языка, под ред. С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой, термин «Способствовать» имеет два грамматических определения: 1) оказать помощь, содействовать; 2) быть причиной, помогать возникновению, развитию чего-либо.

Синтаксическая и логическая постановка текста рекламного ролика БАД «Стелла» свидетельствует, о том, что указание в содержании конкретных заболеваний женской репродуктивной системы (мастопатия, миома, эндометриоз), с указанием причин их возникновения (нарушение обмена эстрогенов) и способа устранения от данной причины возникновения названных болезней («...поможет новый не гормональный препарат «Стелла», разработанный при участии Российского общества акушеров-гинекологов), а также вывода, что «Стелла» - реальная защита от женских проблем», формирует у потребителя причинно-следственную связь между указанными заболеваниями и рекламируемым препаратом.

Вместе с тем, согласно рекомендациям, содержащимся в Информационном письме РОАГ по применению препарата «Стелла» указано, он употребляется: 1) для профилактики гормонозависимых заболеваний женской репродуктивной системы по 1 капсуле из каждого блистера курсом 1 месяц 1-2 раза в год всем практически здоровым женщинам с целью коррекции возможных нарушений метаболизма эстрогенов на этапе клинического здоровья (компенсаторной и дезадаптационной стадиях) и предболезни; 2) в качестве вспомогательного средства в составе комплексной терапии (гормональной, нейротропной, метаболической) гормонозависимых заболеваний женской репродуктивной системы курсом по 2 капсуле из каждого блистера в течение 1-3 месяцев с целью нормализации метаболизма эстрогенов, что практически не превышает верхние допустимые уровни потребления активных веществ.

Используя потенциал активных фитосоединений, полученных вторичным синтезом можно проводить коррекцию, профилактику многих заболеваний репродуктивной сферы и включать в комплекс лечебных мероприятий, без побочных эффектов и осложнений, присущих гормональному лечению.

Согласно Экспертному заключению № 72/Э-476/б-11 от 26.05.2011 г. НИИ Питания РАМН, БАД к пище «Стелла» не является лекарственным средством и не может заменять лекарства. На этикетке, в инструкции по применению, в рекламе и т.д. БАДа «Стелла», не допускается указание информации о ее лечебном эффекте.

Таким образом, в рассматриваемой рекламной информации указание определенных болезней наряду с заявленной областью применения препарат «Стелла» создает впечатление о том что данная БАД к пище обладают лечебными

свойствами, что является нарушением п. 1 ч. 1 ст. 25 Закона о рекламе.

Кроме того, согласно общим требованиям к рекламе, установленным в Законе о рекламе (в частности, п. 6 ч. 5 ст. 5), в рекламе не допускается указания на лечебные свойства, то есть положительное влияние на течение болезни объекта рекламирования, за исключением такого указания в рекламе лекарственных средств, медицинских услуг, в т.ч. методов лечения, изделий медицинского назначения и медицинской техники.

Это позволяет в целях Закона о рекламе и применительно к специальной норме п. 1 ч. 1 ст. 25 Закона о рекламе понимать под «указанием на лечебные свойства объекта рекламирования» именно указание на его положительное влияние на течение болезни, что, и установлено в содержании рассматриваемой рекламы.

За нарушения требования ч. 3 ст. 5 и ст. 25 Закона о рекламе ответственность несет рекламодатель (ч.6 ст. 38 Закона о рекламе), т.е. изготовитель или продавец товара либо лицом, определившим объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (п.5 ст.3 Закона о рекламе).

Рекламная информация о препарате «Стелла» 16.05.2010 г. в период с 10.00 до 11.00 часов местного времени размещалась в эфире радиостанции «Радио Дача» на основании Договора № 22/П/МХ от 19.03.2010 г., заключенного между ООО «Аллен Медиа» (учредитель и изготовитель радиопрограммы «Радио-Дача», заказчик) и ООО «Медиа Холд» (исполнитель), по которому заказчик поручает, а исполнитель принимает на себя обязательства по размещению рекламы и/или спонсорской рекламы Икс эфэм в соответствии с условиями настоящего договора и приложений настоящему договору, являющихся неотъемлемой частью, которые содержат согласованные сторонами условия размещения рекламы и/или спонсорской рекламы и/или проведению розыгрыша, в том числе информации об объекте рекламирования, а также стоимости услуг исполнителя по размещению рекламы и/или спонсорской рекламы и/или проведению розыгрыша.

Согласно п. 8.6. указанного Договора, заказчик несет полную ответственность за соответствие рекламы действующему законодательству РФ. Также, во исполнение указанного договора подписан акт № 000271 от 31.05.2010 г. о надлежащем исполнении сторонами своих обязательств, п/поручение № 642 от 4.06.2010 г. об оплате услуг.

В свою очередь, ООО «Медиа Холд» заключило Договор № РД-08 от 18.02.2009 г. на ретрансляцию радиопрограммы «Радио-Дача» с ООО «Служба информации радио Сибирь» (учредитель СМИ «Радио-Дача» распространяемой в форме радиопрограммы на территории г. Новосибирска на основании Лицензии на осуществление радиовещания Серии РВ № 15189 от 7.07.2009 г.). Согласно положениям данного договора, рекламный блок, выходящий в эфир на 50-ой минуте часа (плюс-минус 2 минуты) является федеральным блоком – частью радиопрограммы «Радио-Дача», обязательным для ретрансляции сетевым партнером на территории г. Новосибирска - ООО «Служба информации радио Сибирь», без изменений.

Согласно письменным пояснениям Генерального директора ООО «Медиа Холд», согласование рекламной информации осуществляется непосредственно

после предоставления в адрес ООО «Медиа Холд» аудиофайла с рекламной информацией от заказчика в готовом виде.

По договоренности между ООО «Медиа Холд» и ООО «Аллен Медиа» был изменен изначально согласованный график выхода рекламной информации по бренду «Стелла» в отдельных регионах, в том числе в городе Новосибирске. Согласно измененному графику рассматриваемый рекламный ролик о препарате «Стелла» транслировался 16.05.2010 г. в 10:50.

Данная информация подтверждается представленным ООО «Служба информации радио Сибирь» монтажным листом за период 16.05.2010 г. с 10.00 до 11.00 новосибирского времени.

22.06.2011 г. в адрес Новосибирского УФАС России от ООО «АЛЛЕН-МЕДИА» поступили документы, указывающие на то, что рекламодателем рассматриваемой рекламной информации является ОАО «Завод экологической техники и экопитания ДИОД» на основании Договора № 26-10/РА от 19.03.2010 г., заключенного между ООО «АЛЛЕН-МЕДИА» (агент) и ОАО «Завод экологической техники и экопитания «ДИОД» (принципал), согласно п. 1.1. которого принципал поручает, а агент, действуя на основании соответствующих договоров с агентом радиостанции принимает на себя обязательства за вознаграждение совершать от своего имени, но за счет принципала юридические и иные действия, связанные с разработкой стратегии и концепции рекламной компании, медиапланирование, подготовка к размещению и размещение (а также если требуется – корректировка, адаптация, изготовление), в радио-эфире радиостанции рекламных материалов принципала под условным названием «Стелла», в рамках полученной от принципала суммы и определенной по согласованию с принципалом рекламной и маркетинговой стратегии в соответствии с условиями настоящего договора.

Во исполнение указанного договора представлены графики размещения рекламной информации, акты приема-передачи выполненных работ, платежные документы за оказанные услуги.

Таким образом, ОАО «Завод экологической техники и экопитания «ДИОД» (адрес местонахождения: 115114, г. Москва, ул. Дербеневская, д. 11А) является ответственным лицом за размещение рекламной информации с нарушением законодательства о рекламе.

Согласно п. 3 Постановления Правительства РФ от 17.08.2006 N 508 "Об утверждении Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе" (далее – «Правила»), дела по фактам распространения рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, возбуждаются и рассматриваются территориальным органом Федеральной антимонопольной службы по месту нахождения (месту жительства) лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

П. 5 Правил установлено, что в случае если до возбуждения дела или в ходе его рассмотрения будет установлено, что реклама, содержащая признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, распространяется на территории, подведомственной двум и более

территориальным органам Федеральной антимонопольной службы, выявивший такое нарушение территориальный орган Федеральной антимонопольной службы передает материалы, свидетельствующие о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе, или дело в территориальный орган Федеральной антимонопольной службы по месту нахождения (месту жительства) лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, либо ходатайствует перед Федеральной антимонопольной службой о наделении его полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела.

Новосибирским УФАС России в адрес Федеральной антимонопольной службы России (далее – ФАС России) было направлено ходатайство 24.06.2011 г. (исх. № 06-38-56) о наделении полномочиями для рассмотрения дела по признакам нарушения законодательства о рекламе в отношении ОАО «Завод экологической техники и экопитания «ДИОД».

08.08.2011 г. ФАС России удовлетворено соответствующее ходатайство Новосибирского УФАС России.

На рассмотрении дела представитель ООО «Завод экологической техники и экопитания «ДИОД» не явился, но представил отзыв, в котором изложены пояснения, указанные выше.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия, руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13 марта 2006г. и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

#### РЕШИЛА:

1. Признать Открытое акционерное общество «Завод экологической техники и экопитания «ДИОД» (адрес: 115114, г. Москва, ул. Дербеневская, д. 11А) нарушившим требования:

- п.2 ч.3 ст.5 Закона о рекламе, согласно которому 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. 1 ч. 1 ст. 25 Закона о рекламе, согласно которому реклама биологически активных добавок и пищевых добавок не должна создавать впечатление о том, что они являются лекарственными средствами и (или) обладают лечебными свойствами,

а рекламную информацию, размещенную 16 мая 2010 г. в период с 10 ч. 00 мин. до 11 ч. 00 мин. новосибирского времени на частоте 106,7 FM радиостанции «Радио Дача» следующего содержания:

«Мужской голос за кадром

Мастопатия, миома, эндометриоз. Причина – нарушение обмена эстрогенов.

Женский голос за кадром.

Поможет новый не гормональный препарат «Стелла», разработанный при участии Российского общества акушеров-гинекологов.

«Стелла» - реальная защита от женских проблем.

Мужской голос за кадром

Спрашивайте в аптеках. Не является лекарством», ненадлежащей.

2. Выдать ОАО «Завод экологической техники и экопитания «ДИОД» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Оснований для возбуждения дела об административном правонарушении не усматривается в связи с истечением сроков давности привлечения к административной ответственности согласно п. 6 ч. 1 ст. 24.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме «09» сентября 2011 г.

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

Председатель Комиссии  
Лопаткина

\_\_\_\_\_ Т.В.

Члены Комиссии  
Волохина

\_\_\_\_\_ И.В.

\_\_\_\_\_ Е.А. Скоп

#### ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

«09» сентября 2011 г.

г. Новосибирск

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

председатель Комиссии: заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы Т.В. Лопаткина,

члены Комиссии: И.В. Волохина – главный специалист-эксперт отдела рекламы;

Е.А. Скоп – специалист-эксперт отдела рекламы,

на основании своего решения от 01 сентября 2011 г. по делу № 24 о признании ненадлежащей рекламной информации, размещенной 16 мая 2010 г. в период с 10 ч. 00 мин. до 11 ч. 00 мин. новосибирского времени на частоте 106,7 FM радиостанции «Радио Дача» следующего содержания:

«Мужской голос за кадром

Мастопатия, миома, эндометриоз. Причина – нарушение обмена эстрогенов.

Женский голос за кадром.

Поможет новый не гормональный препарат «Стела», разработанный при участии Российского общества акушеров-гинекологов.

«Стела» - реальная защита от женских проблем.

Мужской голос за кадром

Спрашивайте в аптеках. Не является лекарством»,

в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1,3 статьи 36 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 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. Открытому акционерному обществу «Завод экологической техники и экопитания «ДИОД» (адрес местонахождения: 115114, г. Москва, ул. Дербеневская, д. 11А, далее - «ЗЭТиЭ «ДИОД») в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе. Для этого прекратить распространение рекламы с нарушением требований:

- п.2 ч.3 ст.5 Закона о рекламе, согласно которому 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. 1 ч. 1 ст. 25 Закона о рекламе, согласно которому реклама биологически активных добавок и пищевых добавок не должна создавать впечатление о том, что они являются лекарственными средствами и (или) обладают лечебными свойствами,

в том числе рекламы, указанной выше.

2. Открытому акционерному обществу «Завод экологической техники и экопитания «ДИОД» представить в Новосибирское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания, в срок до «19» октября 2011 г.

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 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 статьёй 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии  
Лопаткина

\_\_\_\_\_ Т.В.

Члены Комиссии  
Волохина

\_\_\_\_\_ И.В.

\_\_\_\_\_ Е.А. Скоп