

Публикация документа не является официальной. Официально правовые акты публикуются в официальных печатных изданиях в соответствии с действующим законодательством.

ОАО «Елатомский приборный завод»
ул. Янина, д. 25,
рп Елатьма, Касимовский район,
Рязанская область, 391351

ул. Трубежная, д. 16,
г. Рязань, 390000

ОГАУ «АИК»
ул. Стратилатовская, д. 27,
Великий Новгород, 173001

Исходящий № 4594/03 от 10.08.2015

РЕШЕНИЕ

Резолютивная часть оглашена 27.07.2015

В полном объеме изготовлено 10.08.2015

Великий Новгород

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Новгородской области (далее – Комиссия) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Куриков И.А. – председатель комиссии, заместитель руководителя Управления;

Петров Д.А. – член комиссии, главный специалист-эксперт Управления;

Руднева Д.А. – член комиссии, специалист-эксперт Управления,
рассмотрев дело № 15 от 28.04.2015 по признакам нарушения Открытым акционерным обществом «Елатомский приборный завод» (ИНН 6204001412, место нахождения: 391351, Рязанская область, Касимовский район, рп Елатьма, ул. Янина, д. 25; далее – ОАО «Елатомский приборный завод», Общество) законодательства Российской Федерации о рекламе,

УСТАНОВИЛА:

В ходе мониторинга специалистами Управления Федеральной антимонопольной службы по Новгородской области (далее – Новгородское УФАС России) рекламы в средствах массовой информации (СМИ) на предмет ее соответствия требованиям законодательства Российской Федерации установлено, что в периодическом печатном издании – газете «Новгородские ведомости» (свидетельство Управления Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Новгородской области ПИ № ТУ 53-00222 от 16 апреля 2014 года) № 11 (4363) от 20.02.2015 на 12 полосе размещен рекламный материал под заголовком «Как вернуть подвижность суставам?».

В указанном рекламном материале содержится информация об определенном товаре – аппарате «АЛМАГ-01», показаниях к его применению, преимуществах его использования, функциональных и качественных характеристиках, способах его приобретения.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (далее – Закон 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.

Согласно данным Государственного реестра медицинских изделий и организаций (индивидуальных предпринимателей), осуществляющих производство и изготовление медицинских изделий, размещенным на официальном сайте Федеральной службы по надзору в сфере здравоохранения (Росздравнадзор) в сети «Интернет» по адресу: <http://www.roszdravnadzor.ru>, аппарат магнитотерапевтический бегущим полем малогабаритный «АЛМАГ-01» зарегистрирован в качестве медицинского изделия (регистрационный номер ФСР 2007/00136).

Таким образом, в данном случае распространенный на 12 полосе газеты «Новгородские ведомости» № 11 (4363) от 20.02.2015 материал под заголовком «Как вернуть подвижность суставам?» представляет собой рекламу медицинского изделия.

Специальные требования к рекламе лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, методов народной медицины установлены статьей 24 Закона о рекламе.

Так, в соответствии с пунктами 2, 3 части 1 и частью 4 статьи 24 Закона о рекламе реклама медицинских изделий не должна:

- содержать ссылки на конкретные случаи излечения от заболеваний, улучшения состояния здоровья человека в результате применения объекта рекламирования;
- содержать выражение благодарности физическими лицами в связи с использованием объекта рекламирования.

Между тем в вышеуказанном рекламной материале сообщается в частности следующее: «Лечебные свойства аппаратов высоко оценили многие известные люди, в том числе народная артистка РСФСР В.И. Талызина и первая женщина летчик-испытатель М.Л. Попович».

Также данная реклама содержит развернутый положительный отзыв (благодарность) физического лица – Васильевой Н.С. об использовании аппарата «АЛМАГ-01»:

«Я не привыкла отступать перед трудностями. И на работе карьеру сама сделала, и детей без мужа подняла. Что мне какой-то там артрит! Людей послушала, со специалистами посоветовалась и купила АЛМАГ-01. Лечусь дома, перед телевизором: обмотаю сустав и наслаждаюсь фильмом. В общем АЛМАГ-01 – это то, что нужно для моих суставов: комфортно и надежно!».

Учитывая изложенное, в распространенном на 12 полосе газеты «Новгородские ведомости» № 11 (4363) от 20.02.2015 рекламном материале под заголовком «Как вернуть подвижность суставам?» имелись признаки нарушения пунктов 2, 3 части 1 и частью 4 статьи 24 Закона о рекламе, выразившиеся в указании в рекламе медицинского изделия недопустимых сведений (конкретные случаи улучшения

состояния здоровья и выражение благодарности физическими лицами), направленных на формирование интереса к объекту рекламирования и его продвижение на рынке.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей. Ненадлежащая реклама не допускается.

Ответственность за нарушение законодательства о рекламе в данной части несет рекламодатель (часть 6 статьи 38 Закона о рекламе).

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона о рекламе рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Из информации, представленной рекламораспространителем рассматриваемой рекламы и издателем газеты «Новгородские ведомости» – Областным государственным автономным учреждением «Агентство информационных коммуникаций» (далее – ОГАУ «АИК») (исх. № 97 от 18.03.2015) следует, что рекламодателем указанного рекламного материала является ОАО «Елатомский приборный завод». Договор на распространение рассматриваемой рекламы не заключался. Содержание рекламного материала было согласовано между ОГАУ «АИК» и ОАО «Елатомский приборный завод» посредством электронной почты.

Плательщиком по счету № 01/00249 от 17.02.2015 за размещение указанного рекламного материала в газете «Новгородские ведомости» также является ОАО «Елатомский приборный завод» (платежное поручение № 215 от 25.02.2015).

19.05.2015 вх. № 3829 в Новгородское УФАС России поступили письменные объяснения ОАО «Елатомский приборный завод» по настоящему делу (исх. № 1-179 от 08.05.2015), из которых следует, что по мнению Общества в его действиях нарушения требований Закона о рекламе не имеется, поскольку рассматриваемый рекламный материал не содержит выражения благодарности физических лиц в связи с использованием объекта рекламирования – аппарата «АЛМАГ-01», а также не содержит ссылок на конкретные случаи улучшения состояния здоровья человека в результате его применения.

Так в рекламе не сообщается, что Васильева Н.С. благодарит ОАО «Елатомский приборный завод», его работников за изобретение и производства аппарата «АЛМАГ-01», не указывает на излечение или улучшение состояния своего здоровья в результате применения аппарата. Однако аппарат устраивает Васильеву Н.С. как комфортное и надежное средство.

Также в рекламе не сообщается и об излечении либо улучшении состояния здоровья в результате применения аппарата «АЛМАГ-01» Талызиной В.И., Попович М.Л. Упомянутые физические лица только приобрели и еще не использовали указанное медицинское изделие, не получили результатов лечения на момент размещения рекламы.

10.06.2015 вх. № 4493 в Новгородское УФАС России поступили дополнительные письменные пояснения ОАО «Елатомский приборный завод» по настоящему делу (исх. № 1-198 от 10.06.2015), из которых следует, что под сообщением в рекламе о том, что Талызина В.И., Попович М.Л. «высоко оценили лечебные свойства» аппарата следует понимать, что указанная оценка была произведена до использования объекта рекламирования, поскольку сам факт выбора и приобретения ими аппаратов (в частности, Талызина В.И. приобрела «АЛМАГ-01» на одной из выставок продаж в Москве по совету приятельницы) говорит о высокой

оценке свойств данного медицинского изделия. Если бы оценка была низкой Талызина В.И., Попович М.Л. не приобрели бы данный аппарат и не начали бы его использовать.

Исследовав материалы дела по признакам нарушения законодательства о рекламе, оценив доводы Общества, Комиссия по рассмотрению дела приходит к следующим выводам.

1. В соответствии с пунктом 3 части 1 и частью 4 статьи 24 Закона о рекламе реклама медицинских изделий не должна содержать выражение благодарности физическими лицами в связи с использованием объекта рекламирования.

«Благодарность» согласно Толковому словарю русского языка С.И. Ожегова, Н.Ю. Шведовой – это чувство признательности к кому-нибудь за оказанное добро, внимание, услугу (Сделать что-нибудь в знак благодарности или в благодарность за что-нибудь).

В рассматриваемой рекламе физическое лицо – Васильева Н.С. выражает свою благодарность, то есть чувство признательности в связи с использованием медицинского изделия, путем рассказа о преимуществах его применения («Лечусь дома, перед телевизором: обмотаю сустав и наслаждаюсь фильмом») и положительных свойствах аппарата («...это то, что нужно для моих суставов: комфортно и надежно!»). При этом упоминается и для лечения какого заболевания Васильева Н.С. использует аппарат «АЛМАГ-01» - артрит.

Учитывая изложенное, в данном случае в рекламе медицинского издания имеет место выражение благодарности физического лица в связи использованием объекта рекламирования, что запрещено вышеуказанными положениями Закона о рекламе, поскольку медицинское изделие, которое подходит или помогает одному пациенту, может не подойти или помочь другому по целому ряду причин. Более того, оно может быть даже противопоказано данному пациенту.

Так, другим лицам в отличие от Васильевой Н.С. использование аппарата «АЛМАГ-01» может показаться не таким комфортным и удобным и, соответственно, подходящим для лечения, как ей.

Использование при выражении благодарности слова «благодарю» и/или производных не может считаться единственным и обязательным условием квалификации рекламы как нарушающей требования пункта 3 части 1 и части 4 статьи 24 Закона о рекламе. Благодарность может быть выражена с использованием любых подходящих слов, словосочетаний и других средств русского языка, которые позволяют отразить положительное и признательное отношение пациента, возникшее в связи с использованием медицинского изделия, предназначенного для лечения определенного заболевания.

Учитывая изложенное, в распространенном на 12 полосе газеты «Новгородские ведомости» № 11 (4363) от 20.02.2015 рекламном материале под заголовком «Как вернуть подвижность суставам?» содержится нарушение пункта 3 части 1 и частью 4 статьи 24 Закона о рекламе, выразившиеся в указании в рекламе медицинского изделия недопустимых сведений (выражение благодарности физическими лицами), направленных на формирование интереса к объекту рекламирования и его продвижение на рынке.

2. В соответствии с частью 1 статьи 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с пунктами 2 и 10 части 3 статьи 5 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;

- о рекомендациях физических или юридических лиц относительно объекта рекламирования либо о его одобрении физическими или юридическими лицами.

Как указано выше в рассматриваемой рекламе утверждается следующее: «Лечебные свойства аппаратов высоко оценили многие известные люди, в том числе народная артистка РСФСР В.И. Талызина и первая женщина летчик-испытатель М.Л. Попович».

Из имеющихся в деле материалов (вышеуказанные письменные объяснения Общества) следует, что указанные лица не использовали рекламируемое медицинское изделие на момент распространения рекламы («Постановка их высокой оценки произведена до использования объекта рекламирования»).

ОАО «Елатомский приборный завод» считает допустимым использование в рекламе вышеуказанного утверждения, поскольку Талызина В.И., Попович М.Л. приобрели аппарат «АЛМАГ-01», а значит высоко его оценивают.

Однако в рекламе сообщается о том, что указанные физические лица уже успели дать высокую оценку именно лечебным свойствам аппарата.

Согласно пункту 8 статьи 2 Федерального закона от 21.11.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» лечение – комплекс медицинских вмешательств, выполняемых по назначению медицинского работника, целью которых является устранение или облегчение проявлений заболевания или заболеваний либо состояний пациента, восстановление или улучшение его здоровья, трудоспособности и качества жизни.

Надлежащим образом оценить лечебные свойства медицинского изделия может только сам пациент и его лечащий врач на основе подтвержденных результатов лечения (устранение или облегчение проявлений заболевания, восстановление или улучшение состояния здоровья, трудоспособности, качества жизни).

На момент распространения рассматриваемой рекламы ни о каких результатах лечения Талызиной В.И., Попович М.Л., которые только приобрели аппарат «АЛМАГ-01», речь не идет.

Фактически «высокую оценку лечебных свойств» медицинского изделия дают лица, которые даже еще не испытывали в должной мере на себе действие данного аппарата, а только приобрели его по совету знакомых. Такого уточнения реклама не содержит.

При этом рассматриваемая реклама создает у потребителей ложное (на момент распространения рекламы) представление о том, что известные и уважаемые люди применяют аппарат «АЛМАГ-01», получают положительные результаты лечения, в связи с чем высоко оценивают его потребительские свойства и одобряют его использование.

Распространение в рекламе несоответствующих действительности сведений о характеристиках и свойствах товара, его одобрении в любой форме физическими лицами создает угрозу введения в заблуждение потребителя относительно

действительных возможностей объекта рекламирования и может обмануть его ожидания, тем более, что речь идет о медицинском изделии, оказывающем влияние на состояние здоровья человека.

Учитывая изложенное, в распространенном на 12 полосе газеты «Новгородские ведомости» № 11 (4363) от 20.02.2015 рекламном материале под заголовком «Как вернуть подвижность суставам?» содержится нарушение пунктов 2, 10 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, выразившиеся наличии в рекламе недостоверных сведений о потребительных свойствах медицинского изделия, его одобрении физическими лицами.

Собранные по делу доказательства и установленные обстоятельства свидетельствуют о том, что нарушение законодательства о рекламе в данном случае содержится в действиях лица, определившего содержание рассматриваемой рекламы, т.е. её рекламодателя – ОАО «Елатомский приборный завод».

Руководствуясь пунктом 1 части 2 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, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу под заголовком «Как вернуть подвижность суставам?», распространенную в периодическом печатном издании – газете «Новгородские ведомости» № 11 (4363) от 20.02.2015 на 12 полосе, рекламодателем которой является Открытое акционерное общество «Елатомский приборный завод» (ИНН 6204001412, место нахождения: 391351, Рязанская область, Касимовский район, рп Елатьма, ул. Янина, д. 25), поскольку в ней нарушены требования пункта 3 части 1 статьи 24, части 4 статьи 24, пунктов 2 и 10 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать Открытому акционерному обществу «Елатомский приборный завод» (ИНН 6204001412, место нахождения: 391351, Рязанская область, Касимовский район, рп Елатьма, ул. Янина, д. 25) предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе (прекращении распространения ненадлежащей рекламы).

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Новгородского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 5 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Председатель Комиссии

И.А. Куриков

Члены комиссии

Д.А. Петров

Д.А. Руднева

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