

РАССМОТРЕНИЕ ПРЯМОЙ ЖАЛОБЫ ПОТРЕБИТЕЛЯ № 13-13.02.2023

Жалоба рассмотрена 6 членами Комитета по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов, общественных организаций, служб мониторинга Саморегулируемой организации Ассоциация маркетинговой индустрии "Рекламный Совет" (далее - СРО).

Форма проведения: дистанционная (электронная переписка): 13.02.2023-15.03.2023

Описание рекламного продукта

На сайте, размещенном в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", обсуждается препарат от гипертонии "КардиНЕО" (ссылка на сайт http://cardineo.ru/capsules/149/prelp/v5/index.html?country=US&click_id=3435062843&subid1)

Суть запроса

В адрес СРО поступила прямая жалоба потребителя относительно размещения вышеуказанной информации.

По мнению заявителя, данный сайт вводит в заблуждение потребителя, так как препарат "КардиНЕО" рекламируют известные люди, участвующие в ток-шоу "Время покажет".

Отклик

Позиция рекламодателя не запрашивалась.

Оценка экспертов

Для вынесения объективного решения по данному вопросу СРО осуществило оценку соответствия данной рекламы требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, нормам, изложенным в в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты (МТП).

Изучив материалы из обращения потребителя, эксперты высказались следующим образом:

Вопрос № 1. Является ли рекламой данная информация?

Эксперты большинством голосов ответили ДА, лишь 2 эксперта ответили НЕТ (33,3%)

Вопрос № 2. Имеются ли нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе"?

Эксперты большинством голосов ответили ДА, лишь 2 эксперта ответили НЕТ (33,3%)

Вопрос № 3. Имеются ли в данных материалах нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП?

Эксперты большинством голосов ответили ДА, лишь 2 эксперта ответили НЕТ (33,3%)

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Большинство экспертов признали информацию, размещенную на сайте, рекламой. В письме ФАС (<https://fas.gov.ru/documents/685779?ysclid=lf1zmk0tn8291583525>) от 25.09.2019 указано, что в исключительных случаях, когда размещаемая на сайте информация направлена не столько на информирование потребителей о деятельности организации или реализуемых товарах, сколько на выделение определённых товаров или самой организации среди однородных товаров, организаций (например, в виде всплывающего баннера), такая информация может быть признана рекламой.

Спорный материал является рекламой, так как 1) представляет собой информацию, 2) адресованную неопределённому кругу лиц, 3) направленную на привлечение внимания и 4) формирование интереса 5) к объекту рекламирования ("КардиНЕО") 6) с целью его продвижения на рынке (приобрести препарат можно прямо на анализируемой интернет-странице). При этом рассматриваемая страница по внешним признакам не является страницей производителя или продавца продвигаемого препарата, а мимикрирует под страницу ТВ-проекта "Время покажет".

Практически вся размещенная на странице информация является недостоверной: страница не принадлежит проекту "Время покажет" или "1 каналу", никакой К.Сомовой никогда не существовало, ничего подобного в названной телепрограмме не обсуждалось, приведенные внизу страницы "отзывы потребителей" являются фейковыми и т.д. Почти без изменений рассматриваемый текст используется для рекламы разных препаратов на территории Украины и России в течение нескольких лет.

Таким образом, имеют место нарушения п. 2 (приписываемые разным людям высказывания, которых они никогда не произносили) и п. 4 ч. 2, ч. 3, п. 4 и п. 6 ч. 5, ч. 11 (ч. 4 ГК) ст. 5, п. 1 ч. 1, ч. 1.1. ст. 25 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе".

Рекламируемый препарат "КардиНЕО" согласно сертификату соответствия, а также составу, указанному в инструкции, не является лекарственным средством. Согласно описанию в инструкциях, представленных на различных сайтах в сети Интернет, он является БАД и предназначен для облегчения симптомов гипертонической болезни. В этой связи вся информация о его потребительских свойствах в рекламном сюжете

является недостоверной, что подпадает под нарушение п.4 ч.2 ст.5, п.1, 2, 11 ч.3 ст.5, п.6 ч.5 ст.5, п.1 ч.1 ст.24 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе". При этом, если такая передача не транслировалась на 1 канале, то имеет место быть акт недобросовестной конкуренции со стороны рекламодателя препарата.

3 ноября 2022 года на Дзен подробно анализировался аналогичный рекламный продукт, причем авторы рассмотрения нашли все фрагменты передач, из которых были изъяты кадры для иллюстрации этой ненадлежащей, в силу своей недостоверности, рекламы (ссылка на этот материал: Как разводят на чудо-лекарствах? (или сколько раз можно увольнять хамку-чиновницу Кристину Сомову) | Нам опять 25 | Дзен <https://dzen.ru/a/Y2PY7vsgDAOk1wL>)

Особое мнение

Особых мнений не поступило.

Решение

1. Выявлены нарушения п. 2 и п. 4 ч. 2, ч. 3, п. 4 и п. 6 ч. 5, ч. 11 (ч. 4 ГК) ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе"
2. Выявлены нарушения п. 1 ч. 1, ч. 1.1. ст. 25 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе"
3. Выявлены нарушения п.1 ч.1 ст.24 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе"
4. Выявлены нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП.
5. Направить экспертное решение в Управление федеральной антимонопольной службы по Санкт-Петербургу для принятия мер к рекламодателю, в соответствии с законодательством о рекламе РФ.
6. Проинформировать заявителя о принятом решении.

