



**Управление Федеральной антимонопольной службы**

**по республике Коми**

**РЕШЕНИЕ**

13 сентября 2016 года

(изготовление решения

в полном объеме)

№ 03-01/8549

05 сентября 2016 года

(оглашение резолютивной  
части)

г. Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия), в составе:

председатель Комиссии – <.> – врио заместителя руководителя управления – начальника отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции;

члены Комиссии: <.> – ведущий специалист-эксперт отдела Управления; <.> – специалист-эксперт отдела Управления;

рассмотрев материалы дела № Р 23-05/16, возбужденного в отношении ИП <.> (далее – ИП <.>) по факту распространения на странице (полосе) 8 газеты «Городские Ведомости» (г. Ухта) от 31.03.2016 №01 (001) статьи следующего содержания: «На приеме у доктора», с признаками нарушения требований ст. 16 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в отсутствие заявителя – <.>, ИП <.> (лица надлежащим образом извещены о времени и месте рассмотрения настоящего дела, соответствующие доказательства имеются в материалах рекламного дела № Р 23-05/16),

## УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее - Коми УФАС России) поступили заявления <..> от 03.04.2016 (вход. № 988 (эл.) от 04.04.2016), от 07.04.2016 (вход. № 1049 (эл.) от 08.04.2016) о размещении статьи «На приеме у доктора» в газете «Городские Ведомости» г. Ухта в нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе.

По вышеуказанному факту Определением о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе № 03-01/4793 от 27.05.2016 возбуждено рекламное дело № Р 23-05/16 (далее – рекламное дело) в отношении ИП <..>

Определением № 03-01/6753 от 21.07.2016 рассмотрение дела № Р 23-05/16 было приостановлено в связи с необходимостью получения заключения ФАС России.

Определением № 03-01/7357 от 10.08.2016 рассмотрение дела № Р 23-05/16 возобновлено.

В результате рассмотрения материалов дела № Р 23-05/16 установлено следующее.

На странице (полосе) 8 газеты «Городские Ведомости» (г. Ухта) от 31.03.2016 №01 (001) размещена статья следующего содержания: «На приеме у доктора...».

В соответствии со 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.

В соответствии со ст. 16 [Закона о рекламе](#) размещение текста рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должно сопровождаться пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы». Объем рекламы в таких изданиях должен составлять не более чем сорок процентов объема одного номера периодических печатных изданий. Требование о соблюдении указанного объема не распространяется на периодические печатные издания, которые зарегистрированы в качестве специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера и на обложке и в выходных данных которых содержится информация о такой специализации.

Таким образом, в случае размещения в периодическом печатном издании, не специализирующемся на сообщениях и материалах рекламного характера, текста рекламы, такое размещение должно сопровождаться пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы».

Согласно пояснениям представителя ИП <..>, представленным в материалы рассматриваемого дела, спорная статья не является рекламной, следовательно, указание в тексте данной статьи пометок «реклама» или «на правах рекламы» не требуется.

Коми УФАС России, оценив заявленный довод и имеющиеся материалы, пришло к нижеследующим выводам.

Из диспозиции п. 1 ст. 3 следует, что для признания информации рекламой, она должна обладать всеми её признаками, установленным п. 1 ст. 3 Закона о рекламе.

В силу п. 2 ст. 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 позиции ФАС России, реклама должна формировать или поддерживать интерес к объекту рекламирования. Чтобы информация могла считаться рекламой, она должна целенаправленно представлять вниманию потребителей объект рекламы. Признаками рекламы является её способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, формирование к нему положительного отношения и закреплении его образа в памяти потребителя.

Согласно пункту 3 части 2 статьи 2 Закона о рекламе данный Федеральный закон не распространяется на справочно-информационные и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой.

Таким образом, не являются рекламой и не подпадают под запреты, установленные Федеральным законом «О рекламе», размещенные в печатных изданиях, теле- и радиопрограммах, а также в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» различные статьи, теле-, радио-, видео- и аудиопередачи, аудиовизуальные произведения и иные информационные материалы, не формирующие интереса к какому-либо товару.

Следовательно, на такие информационные материалы требования Закона о рекламе не распространяются, если указание таких сведений не направлено на выпуск под видом информационной продукции рекламного материала.

Вместе с тем, статья «На приеме у доктора», размещенная в газете «Городские Ведомости» № 1 (001) от 31.03.2016, направлена на привлечение внимания к деятельности медицинской клиники «Персона Мед».

В том числе использование в данной статье выражений «Андрей Питлев – ухтинский врач-дерматокосметолог, специалист по лазерной терапии медицинской клиники «Персона Мед», «В медицинских кругах он давно известен как «скульптор женской красоты», «Сегодня ухтинец является одним из лучших специалистов эстетической медицины в Республике Коми», «Андрей Питлев один из немногих специалистов региона, которые в совершенстве владеют искусством лазерной косметологии», что в совокупности с размещенными на странице газеты, содержащей статью «На приеме у доктора», средствами индивидуализации медицинской клиники «Персона Мед», позволяет квалифицировать указанную статью в качестве рекламы.

С учетом изложенного, статья «На приеме у доктора», размещенная в газете «Городские Ведомости» № 1 (001) от 31.03.2016, и указанная информация должна соответствовать требованиям, установленным Законом о рекламе.

В соответствии со ст. 16 [Закона о рекламе](#) размещение текста рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должно сопровождаться пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы». Объем рекламы в таких изданиях должен составлять не более чем сорок процентов объема одного номера периодических печатных изданий. Требование о соблюдении указанного объема не распространяется на периодические печатные издания, которые зарегистрированы в качестве специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера и на обложке и в выходных данных которых содержится информация о такой специализации.

В соответствии со ст. 2 Закона РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» под периодическим печатным изданием понимается газета, журнал, альманах, бюллетень, иное издание, имеющее постоянное наименование (название), текущий номер и выходящее в свет не реже одного раза в год.

Как следует из свидетельства о регистрации средства массовой информации серии ПИ № ТУ 11-00312 от 11.03.2016, выданного Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций Республики Коми, газета не зарегистрирована в качестве специализирующейся на сообщениях и материалах рекламного характера, примерная тематика и/или специализация: информационная, реклама в соответствии с законодательством Российской Федерации о рекламе.

Кроме того, на обложке и в выходных данных указанной газеты отсутствует информация о специализации данного периодического печатного издания.

Текст рассматриваемой рекламы не содержит ни одной из предусмотренных требованиями ст. 16 Закона о рекламе пометок.

При данных обстоятельствах рассматриваемая реклама размещена с нарушением требований ст. 16 Закона о рекламе.

В силу положений, установленных п. 4 ст. 3 Закона о рекламе ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В соответствии с ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных ст. 16 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

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

В силу п. 6 ст. 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Согласно п. 7 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рассматриваемая реклама размещена в газете «Городские Ведомости», учредителем (соучредителем) которой, согласно свидетельству о регистрации СМИ серии ПИ № ТУ 11-00312 от 11.03.2016 г., является ИП <...>

Согласно имеющимся в материалах настоящего дела пояснениям представителя ИП <..>, в целях освещения проблем и успехов в области медицины в г. Ухта Республики Коми 20.03.2016 у врача-дерматолога <..>, осуществляющим деятельность в клинике «Персона Мед», журналистом газеты «Городские ведомости» было взято интервью. Содержание вышеуказанного интервью журналистом газеты «Городские ведомости» <..> было устно согласовано с главным редактором и интервьюируемым <...> на предмет правильности изложения ответов.

Из материалов рекламного дела усматривается, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП <..>И.

ИП <..> на стадии размещения рекламной статьи в газете «Городские Ведомости» не осуществила надлежащего контроля за соответствием её требованиям Закона о рекламе, следствием чего и стало несоответствие рекламы установленным требованиям.

Из материалов рекламного дела усматривается, что со стороны ИП <..> не принято должных мер, направленных на соответствие рекламы требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, что и привело к рассматриваемому нарушению.

Таким образом, ИП <..> нарушены требования ст. 16 Закона о рекламе.

Комиссией в ходе рассмотрения дела № Р 23-05/16 установлено, что рассматриваемая реклама распространялась в газете «Городские Ведомости» 31.03.2016, территория распространения - г. Ухта, Республика Коми.

На дату принятия Комиссией решения в материалах рекламного дела отсутствуют доказательства прекращения распространения ненадлежащей рекламы.

В связи с изложенным, Комиссия приходит к выводу о необходимости выдачи ИП <..> предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы.

На основании изложенного, руководствуясь п. 4 ст. 3, п. 2 ч. 1 ст. 33, п. 7 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37 – 43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, п. 3.58, 3.59 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12, Комиссия

## РЕШИЛА:

1. Признать рассматриваемую рекламу – статью под названием: «На приеме у доктора», размещённую на странице 8 газеты «Городские Ведомости» г. Ухта, № 01 (001) от 31.03.2016, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования ст. 16 Закона о рекламе.
2. Выдать ИП <..> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения указанной в п. 1 Решения рекламы.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении ИП <..> дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 13 сентября 2016 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии \_\_\_\_\_ <..>

Члены Комиссии \_\_\_\_\_ <..>

\_\_\_\_\_ <..>



Управление Федеральной антимонопольной службы

по республике Коми

## ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

13 сентября 2016 года

№ 03-01/8549

Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее - Коми УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия), в составе:

председатель Комиссии: <.> – врио заместителя руководителя Управления – начальника отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции;

члены Комиссии: <.> - ведущий специалист – эксперт отдела Управления; <.> - специалист-эксперт отдела Управления,

на основании своего Решения от 13.09.2016 по делу № Р 23-05/16 о признании рекламы под названием: «На приеме у доктора», размещённой на странице 8 газеты «Городские Ведомости» г. Ухта, № 01 (001) от 31.03.2016, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования ст. 16 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Закона о рекламе, пунктами 44, 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. ИП <.>, адрес места жительства: <.>, **в десятидневный срок** со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: распространение в газете «Городские ведомости» рекламы под названием «На приеме у доктора» в нарушение требований ст. 16 Закона о рекламе.

2. ИП <.>, адрес места жительства: <.>, представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания **до 28 октября 2016 года**.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении

нарушения законодательства о рекламе, Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностное лицо административный штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей.

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

Председатель Комиссии

\_\_\_\_\_ <..>

Члены Комиссии

\_\_\_\_\_ <..>

\_\_\_\_\_ <...>