

РЕШЕНИЕ

«13» октября 2011 г.

г. Новосибирск

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

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

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

И.Р. Носкова – ведущий специалист- эксперт отдела рекламы,

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

Е.А. Бессонова - специалист- эксперт отдела рекламы,

рассмотрев дело № 44, возбужденное в отношении Главного редактора СМИ «Моя газета Новосибирск» «...» по факту распространения недостоверной рекламы, размещенной в СМИ «Моя газета. Новосибирск» № 09 (012) от 25.05.2011 г. на стр. 5 следующего содержания: «УЗИ выезд на дом «...» с признаками нарушения:

- п.3 ч.3 ст. 5 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.06.2006 г. «О рекламе» (далее – Закон о рекламе): недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об ассортименте и о комплектации товаров, а также о возможности их приобретения в определенном месте или в течение определенного срока.

- п.20 ч.3 ст. 5 Закон о рекламе: недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

- ч. 7 ст. 5 Закон 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.

- ч. 7 ст. 24 Закон о рекламе: реклама лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, медицинской техники должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд и должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства). Требования настоящей части не

распространяются на рекламу, распространяемую в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, а также в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях, и на иную рекламу, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники,

в присутствии:

заявителя - не явился, уведомлен надлежащим образом,

представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе - «...»

У С Т А Н О В И Л А:

В адрес Новосибирского УФАС России поступило заявление (вх. № 4846 от 08.06.2011 г.), «...» по факту распространения недостоверной рекламы, размещенной в СМИ «Моя газета. Новосибирск» № 09 (012) от 25.05.2011 г. на стр. 5 следующего содержания:

«УЗИ выезд на дом «...»».

По мнению заявителя, данная реклама не соответствует Федеральному закону «О рекламе», т.к. в ней не указано наименования медицинского учреждения, номер лицензии, отсутствует обязательная пометка (20% от общей площади) о противопоказаниях.

Кроме того, заявительница позвонила по указанному в рекламе номеру телефона, ей назвали медицинское учреждение «Гарант», которого она не нашла в электронном справочнике «ДубльГис», а также в сети Интернет, адрес местонахождения медицинской организации назвать отказались.

Новосибирским УФАС России по данному обращению проведена проверка, в результате которой установлено следующее.

Согласно 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.

Указанная выше информация по своему содержанию, способу распространения адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания, формирование и поддержание интереса к объекту рекламирования и способствует продвижению его на рынке, то есть в полной мере обладает всеми признаками рекламы.

На запрос антимонопольного органа главный редактор СМИ «Моя газета. Новосибирск», пояснила, что макет с рекламой «УЗИ выезд на дом...» является редакционным и размещен в издании для проверки отдачи от размещения рекламы. Реклама размещалась для проверки количества поступающих входящих звонков, при размещении рекламы на страницах газеты. В макете указан сотовый

номер телефона сотрудника редакции.

В соответствии с п.3 ч.3 ст. 5 Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об ассортименте и о комплектации товаров, а также о возможности их приобретения в определенном месте или в течение определенного срока.

Как установлено материалами дела фактически потребитель не мог получить рекламируемую услугу «УЗИ на дом», предварительно позвонив по указанному телефону, у себя дома, что является нарушением п.3 ч.3 ст. 5 Закона о рекламе.

В силу п.20 ч.3 ст. 5 Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

Из содержания рекламы можно сделать вывод, что услуга «УЗИ на дом» оказывается специалистом, обладающим соответствующими знаниями в данной области и в наличии у которого имеется специальное оборудование и, следовательно, продавцом рекламируемого товара может выступать специалист в области медицины или некая медицинская организация, оказывающая данную услугу с выездом на дом.

Из пояснений главного редактора СМИ «Моя газета Новосибирск» следует, что макет являлся редакционным, фактически реклама не имела целью оказания услуги «УЗИ на дом», номер телефона, указанный в рекламе, принадлежит сотруднику редакции, таким образом, информация о продавце рекламируемого товара (услуги) не соответствует действительности, следовательно, указывает на нарушение п.20 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.

Материалами дела нарушение ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе не подтверждено.

В силу ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе, реклама лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, медицинской техники должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, размер такого предупреждения должен составлять не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

Согласно Приказу Минздрава РФ от 10.04.2001 N 113 "О введении в действие отраслевого классификатора "Простые медицинские услуги" (вместе с "ОК ПМУ 91500.09.0001-2001. Система стандартизации в здравоохранении Российской Федерации. Отраслевой классификатор "Простые медицинские услуги"), раздел «04 РЕГИСТРАЦИЯ ЗВУКОВЫХ СИГНАЛОВ, ИЗДАВАЕМЫХ ИЛИ ОТРАЖАЮЩИХСЯ ОРГАНАМИ ИЛИ ТКАНЯМИ» содержит перечень диагностических услуг, основанных на регистрации звуковых сигналов, испускаемых органами (фонокардиография) или отраженных тканями (ультразвуковые исследования). Таким образом,

объектом рекламирования является простая медицинская услуга - ультразвуковое исследование (УЗИ) на дому. Данное рекламное сообщение не содержит необходимой предупредительной надписи о наличии противопоказаний и необходимости получения консультации специалиста в размере 5% рекламной площади макета, что является нарушением ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение ч. 3 ст. 5 и ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе несет рекламодатель (ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе), т.е. изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (п. 5 ст. 3 Закона о рекламе).

В соответствии со Свидетельством о регистрации СМИ № ТУ 54-00289 от 27.10.2010 г., учредителем СМИ «Моя газета Новосибирск» является ООО «Группа Компаний «Звезда».

Согласно ст. 19 Закона РФ от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 09.02.2009 г.) "О средствах массовой информации", ответственность за выполнение требований, предъявляемых к деятельности средства массовой информации законодательными актами Российской Федерации, несет главный редактор.

Главным редактором СМИ «Моя газета Новосибирск» является «...» на основании Приказа № 2 от 11.10.2010 г. и Трудового договора № 2 от 11.10.2010 г.

В соответствии с п.2.1.4. Должностной инструкции главного редактора, утвержденной Директором ООО «Группа Компаний «Звезда», главный редактор принимает поступающие рекламные материалы, проверяет соответствие их оформления правилам и условиям, предусмотренным рекламными договорами.

Согласно п. 2.1.5. Осуществляет контрольное чтение статейных материалов и макетов, подготовленных к сдаче в производство, организует обслуживание качества отредактированного материала.

Таким образом, согласно имеющимся материалам, рассматриваемый рекламный макет является редакционным, то лицом, ответственным за нарушение вышеназванных норма Закона о рекламе выступает главный редактор СМИ «Моя газета Новосибирск» является «...»

На заседании Комиссии «...» согласилась с наличием нарушений, пояснила, что нарушение было допущено в связи с желанием проверить количество поступающих звонков на объявления, размещаемые в рубрике «Красота и здоровье», в которой и был размещен рекламный макет «УЗИ на дом...».

Указала, что текст для этой цели был выбран неправильно, что и привело к нарушению действующего законодательства РФ о рекламе.

Согласно п. 4 ст. 3 Закона о рекламе, ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации. Ненадлежащая реклама не допускается.

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 Главного редактора СМИ «Моя газета Новосибирск» «...» нарушившей требования:

- п.3 ч.3 ст. 5 Закона о рекламе: недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об ассортименте и о комплектации товаров, а также о возможности их приобретения в определенном месте или в течение определенного срока.

- п.20 ч.3 ст. 5 Закона о рекламе: недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

- ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе: реклама лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, медицинской техники должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд и должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства). Требования настоящей части не распространяются на рекламу, распространяемую в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, а также в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях, и на иную рекламу, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники,

а рекламную информацию, размещаемую в СМИ «Моя газета. Новосибирск» № 09 (012) от 25.05.2011 г. на стр. 5 следующего содержания: «УЗИ выезд на дом 8-953-768-7524», ненадлежащей рекламой.

2. Выдать Главному редактору СМИ «Моя газета Новосибирск» «...» предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Новосибирского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме «14» октября 2011 г.

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

Председатель Комиссии

_____ Т.В. Лопаткина

Члены Комиссии

_____ И.В. Волохина

_____ И.Р. Носкова

_____ Е.А. Скоп

_____ Е.А. Бессонова

ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

«14» октября 2011 г.

г. Новосибирск

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

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

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

И.Р. Носкова – ведущий специалист- эксперт отдела рекламы,

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

Е.А. Бессонова - специалист- эксперт отдела рекламы,

на основании своего решения от 13 октября 2011 г. по делу № 44 о признании рекламы размещенной в СМИ «Моя газета. Новосибирск» № 09 (012) от 25.05.2011 г. на стр. 5 следующего содержания: «УЗИ выезд на дом «...»», ненадлежащей,

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. Главному редактору СМИ «Моя газета Новосибирск» «...» в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе. Для этого прекратить распространение рекламы с нарушением требований:

- п.3 ч.3 ст. 5 Закона о рекламе: недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об ассортименте и о комплектации товаров, а также о возможности их приобретения в определенном месте или в течение определенного срока.

- п.20 ч.3 ст. 5 Закона о рекламе: недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

- ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе: реклама лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, медицинской техники должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд и должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства). Требования настоящей части не распространяются на рекламу, распространяемую в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, а также в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях, и на иную рекламу, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники,

2. Главному редактору СМИ «Моя газета Новосибирск» «...» представить в Новосибирское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания, в срок до «03» ноября 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

_____Т.В. Лопаткина

Члены Комиссии

_____ И.В. Волохина

_____И.Р. Носкова

_____ Е.А. Скоп

_____ Е.А. Бессонова