

РЕШЕНИЕ

по делу № 06-10.1/04-2016

02 февраля 2016 года

город Омск

Комиссия Омского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, рассмотрев дело № 06-10.1/04-2016 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения обществом с ограниченной ответственностью «Компания ИНИС» (далее – ООО «Компания ИНИС») в журнале «Мамина азбука» № 2 (48), № 3 (49) за 2015 год рекламы, содержащей признаки нарушения требований статьи 16, части 7 статьи 24, части 1.1 статьи 25, части 1 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в присутствии законного представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО «Компания ИНИС» (ОГРН 1095543029779, ИНН 5504214628, местонахождение: 644042, г. Омск, пр. Маркса, 24, офис 91) – генерального директора <...>

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Управлением Федеральной антимонопольной службы по Омской области выявлены факты распространения в журнале «Мамина азбука» № 2 (48), № 3 (49) за 2015 год рекламы, содержащей признаки нарушения Федерального закона «О рекламе».

1. Статьи 16 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со статьей 16 Федерального 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.

Реклама, размещенная в журнале «Мамина азбука» № 2 (48), № 3 (49) за 2015 год, не сопровождалась пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы», а сопровождалась значком Р. При этом в выходных данных газеты указано: «Р Материалы, в которых присутствует такое обозначение, опубликованы на правах рекламы».

В соответствии со свидетельством о регистрации СМИ ПИ № ТУ 55-00148 от 29 октября 2009 года, журнал «Мамина азбука» зарегистрирован как рекламное издание, реклама более 40%.

В рассматриваемом издании на обложке и в выходных данных не содержится информация о специализации издания на сообщениях и материалах рекламного характера.

Согласно письму ФАС России от 27 февраля 2016 года № АК/8901/15, при размещении рекламы в журнале, специализирующемся в соответствии со свидетельством о регистрации СМИ на материалах рекламного характера (более 40%), без указания о такой специализации на обложке и в выходных данных печатного издания, требуется наличие пометки «реклама» или «на правах рекламы» в соответствии со [статьей 16](#) Федерального закона «О рекламе».

2. Части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

Согласно части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий 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).

В журнале «Мамина азбука» № 2 (48), № 3 (49) на странице 73 размещена реклама детских бассейнов «Тигрята» («... Новая услуга – детский и взрослый массаж») и «Аквабеби» («...Лечебная гимнастика...»).

Указанные в данной рекламе услуги в соответствии с Номенклатурой медицинских услуг, утвержденной приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 27 декабря 2011 года № 1664н, относятся к медицинским услугам (раздел 19 класса А – лечебная физкультура, применяемая при заболеваниях определенных органов и систем; раздел 21 класса А – лечение с помощью простых физических воздействий на пациента (массаж, иглорефлексотерапия, мануальная терапия).

В распространенной рекламе указанных медицинских услуг предупреждение о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов отсутствовало.

3. Части 1.1 статьи 25 Федерального закона «О рекламе»

В соответствии с частью 1.1 статьи 25 Федерального закона «О рекламе» реклама биологически активных добавок в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством. В данной рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах, при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд, и такому предупреждению

должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

Реклама биологически активной добавки Пепидол, размещенная в журнале «Мамина азбука» № 2 (48), № 3 (49) на страницах 21 и 26 соответственно, не сопровождалась предупреждением о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством.

4. Части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги или осуществляющего данную деятельность (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя и (если имеется) отчество).

При этом в силу части 1 статьи 54 Гражданского кодекса Российской Федерации юридическое лицо имеет свое наименование, содержащее указание на его организационно-правовую форму.

В рекламе финансовых услуг (предоставление займов) агентств недвижимости «НСБ недвижимость» и «Домдотком», размещенной в журнале «Мамина азбука» № 2 (48), № 3 (49) на страницах 78 и 63 соответственно, отсутствует информация о лицах, оказывающих эти услуги.

На определение № 06-10.1/04-2016 о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства о рекламе ООО «Компания «ИНИС» представлен отзыв (вх. № 729 от 29.01.2016), из которого следует, что в настоящее время реклама приведена в соответствие с требованиями законодательства о рекламе (с приложением рекламных макетов), в выходных данных журнала «Мамина азбука» указана информация о рекламной специализации печатного издания.

По определению (пункт 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В силу части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных статьей 16, частью 7 статьи 24, частью 1.1 статьи 25, частью 1 статьи 28 настоящего Федерального закона.

Согласно выходным данным, учредителем и издателем журнала «Мамина азбука» является ООО «Компания ИНИС», которое по определению (пункт 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») является рекламодателем, т.е. лицом, осуществляющим распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Таким образом, рассмотрев материалы дела, заслушав объяснения представителя Общества, Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу о нарушении ООО «Компания «ИНИС» требований статьи 16, части 7 статьи 24, части 1.1 статьи 25, части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» при

распространении рекламы в журнале «Мамина азбука» № 2 (48), № 3 (49) за 2015 год.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37 - 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу детского бассейна «Тигрята», детского бассейна «Аквабеби», БАД «Пепидол», агентства недвижимости «НСБ недвижимость», агентства недвижимости «Домдотком», распространенную ООО «Компания «ИНИС» в журнале «Мамина азбука» № 2 (48), № 3 (49) за 2015 год, поскольку в ней нарушены требования статьи 16, части 7 статьи 24, части 1.1 статьи 25, части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

2. Не выдавать ООО «Компания «ИНИС» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в связи с устранением нарушения в добровольном порядке.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Омского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении по части 1 и части 5 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 02 февраля 2016 года.

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