

РЕШЕНИЕ

2 сентября 2010 г.

г. Краснодар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Краснодарскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель Комиссии - Гассий Н.Я. – заместитель руководителя управления.

Члены Комиссии:

Васько К.А. – главный специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции;

Вайс Т.И. – ведущий специалист - эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

рассмотрев дело № 85Р/2010 от 04.08.2010г. по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения в журнале «Искусство Потребления. Краснодар», № 6 (89), июнь 2010г. на страницах 34, 79, 83, 85, 148 рекламы сети клиник «ЛИЛАЙН», стоматологической клиники «Росс-Дент», санатория «Предгорье Кавказа» и др. с признаками нарушения требований ч.3 ст.21, ч.7 ст.24, ч.1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе»,

В присутствии представителей:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – представитель ООО «Издательский Дом «МедиаМир – Краснодар» на рассмотрение дела № 85Р/2010 не явился, однако, в материалах дела имеются доказательства надлежащего уведомления ООО «Издательский Дом «МедиаМир – Краснодар» о дате, месте и времени рассмотрения дела № 85Р/2010 – почтовое уведомление № 35002027083697, подтверждающее факт вручения ООО «Издательский Дом «МедиаМир – Краснодар» определения Краснодарского УФАС России о возбуждении дела № 85Р/2010 от 04.08.2010г. по признакам нарушения законодательства о рекламе.

УСТАНОВИЛА:

В журнале «Искусство Потребления. Краснодар», № 6 (89), июнь 2010 размещена следующая реклама:

- **на странице 79** реклама сети клиник «ЛИЛАЙН» содержания: «Ультраомоложение без операции Здоровый цвет лица и гладкая кожа без морщин – мечта женщины в любом возрасте...»;

- **на странице 83** реклама стоматологической клиники «Росс-Дент» содержания: «Все виды лечения зубов, детская стоматология, восстановление прикуса, отбеливание зубов (ZOOM), лазерная стоматология, ортопедическая стоматология, виниры (эстетическая стоматология), пародонтология, имплантология, собственная зуботехническая лаборатория, диспансерное наблюдение...».

- **на странице 85** реклама санатория «Предгорье Кавказа» содержания: «Распрямите спину! Для борьбы с остеохондрозом позвоночника, межпозвоночной грыжей в санатории «Предгорье Кавказа» используют комплексное лечение на высшем уровне... На службе у здоровья – целебная система местных природных источников, лечебная физическая культура, массажи, подводное вертикальное и сухое вытяжение позвоночника, физиотерапия и грязевые аппликации...».

В вышеуказанной рекламе отсутствует предупреждение о наличии противопоказаний к данным медицинским услугам и методам лечения, либо необходимости получения консультации специалистов, которому должно быть отведено не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

Согласно части 7 статьи 24 Федерального 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).

В соответствии с Положением о лицензировании медицинской деятельности, утвержденным постановлением Правительства Российской Федерации от 22.01.2007г. № 30 «Об утверждении Положения о лицензировании медицинской деятельности», медицинская деятельность предусматривает выполнение работ (услуг) по оказанию доврачебной, амбулаторно-поликлинической, стационарной, высокотехнологичной, скорой и санаторно-курортной медицинской помощи в соответствии с перечнем согласно приложению. В данный перечень работ (услуг) при осуществлении медицинской деятельности включены такие услуги, как **косметология (терапевтическая); стоматология, в том числе, детская, ортопедическая; физиотерапия; лечебная физкультура.**

Более того, в соответствии с частью 4 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

Из смысла ч. 4 ст. 2 Федерального закона «О рекламе» и содержания рекламы сети клиник «ЛИЛАЙН», стоматологической клиники «Росс-Дент» и санатория «Предгорье Кавказа» и оказываемых ими медицинских услуг следует, что вышеуказанные организации являются лицами (изготовитель и продавец), оказывающими медицинские услуги, на которые статьей 24 Федерального закона «О рекламе» установлены специальные требования и ограничения.

А также в журнале «Искусство Потребления. Краснодар», № 6 (89), июнь 2010 **на странице 148** размещена реклама под названием «Лето на глобусе с «Аэрофлотом» и банком УРАЛСИБ» содержания: «Совместная программа банка УРАЛСИБ и компании «Аэрофлот» действует несколько месяцев ...Участвуйте в программе «Аэрофлот Бонус», совершая покупки с картой WorldMasterCard «Аэрофлот-бонус» банка УРАЛСИБ...», в которой не указано наименование лица, оказывающего финансовую услугу.

Согласно ч.1 ст.28 Федерального закона «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица - наименование, для

индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество).

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

А также **на странице 34** размещена реклама виски «WILLIAMGRANT & SONSGLENFIDDICH 50 YEAROLD» содержания: «Виски WILLIAMGRANT & SONSGLENFIDDICH 50 YEAROLD 500 000р. Компания WILLIAMGRANT & SONS выпустила ограниченную серию пятидесятилетнего односолодового виски GLENFIDDICH 50 YEAROLD. Бутылка редкого алкоголя декорирована шотландским серебром...», без предупреждения о вреде его чрезмерного потребления, которому должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади.

В соответствии с частью 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

Таким образом, вышеуказанная реклама размещена в журнале «Искусство Потребления. Краснодар», № 6 (89) июнь, 2010 на стр. 34, 79, 83, 85, 148 с нарушением требований ч.3 ст.21, ч.7 ст.24, ч.1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

В связи с чем, 4 августа 2010г. Краснодарским УФАС России было возбуждено дело по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе № 85Р/2010 от 04.08.2010г. в отношении ООО «Издательский Дом «МедиаМир – Краснодар» по факту распространения вышеуказанной рекламы в журнале «Искусство Потребления. Краснодар», № 6 (89), июнь 2010г. и рассмотрение дела назначено на 02.09.2010г. в 11-00 часов.

Представитель ООО «Издательский Дом «МедиаМир – Краснодар» на рассмотрение дела № 85Р/2010 не явился, однако, в материалах дела имеются доказательства надлежащего уведомления ООО «Издательский Дом «МедиаМир – Краснодар» о дате, месте и времени рассмотрения дела № 85Р/2010 – почтовое уведомление № 35002027083697 (в деле).

В соответствии с ч.ч.6,7 ст.38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований ч.3 ст.21, ч.7 ст.24, ч.1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» несут как рекламоатель, так и рекламораспространитель.

Однако, в данном случае нарушение установленных Законом требований к рекламе было очевидным для рекламораспространителя, оказывающего услуги в качестве такового на постоянной основе.

Из п. 1.2 Устава редакции журнала «Искусство Потребления. Краснодар» и выходных данных журнала «Искусство Потребления. Краснодар», № 6 (89), июнь 2010 следует, что издателем журнала «Искусство Потребления. Краснодар» является ООО «ИД «МедиаМир-Краснодар».

Кроме того, договоры на оказание рекламных услуг № 29 от 04.02.2009г., № 163 от 04.08.2009г., № 80 от 01.04.2010г., заключены от имени рекламораспространителя в лице генерального директора ООО «Издательский Дом «Медиа Мир – Краснодар» Левченко Т.Е. (в деле).

В соответствии с п.4 ст.3 Федерального закона «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Таким образом, вышеуказанная реклама сети клиник «ЛИЛАЙН», стоматологической клиники «Росс-Дент», санатория «Предгорье Кавказа», виски «WILLIAMGRANT & SONSGLENFIDDICH 50 YEAROLD», а также реклама под названием «Лето на глобусе с «Аэрофлотом» и банком УРАЛСИБ» размещена в журнале «Искусство Потребления. Краснодар», № 6 (89), июнь 2010г. на страницах 34, 79, 83, 85, 148 с нарушением требований ч.3 ст.21, ч.7 ст.24, ч.1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

Таким образом, ООО «Издательский Дом «Медиа Мир – Краснодар» при распространении в журнале «Искусство Потребления. Краснодар», № 6 (89), июнь 2010г. вышеуказанной рекламы нарушены требования ч.3 ст.21, ч.7 ст.24, ч.1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

Краснодарским УФАС России установлено, что ранее ООО «Издательский Дом «Медиа Мир – Краснодар» управлением к ответственности за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе не привлекалось.

Руководствуясь частью 2 пункта 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 следующую рекламу:

- **на странице 79** сети клиник «ЛИЛАЙН» содержания: «Ультраомоложение без операции Здоровый цвет лица и гладкая кожа без морщин – мечта женщины в любом возрасте...»;

- **на странице 83** стоматологической клиники «Росс-Дент» содержания: «Все виды лечения зубов, детская стоматология, восстановление прикуса, отбеливание зубов (ZOOM), лазерная стоматология, ортопедическая стоматология, виниры (эстетическая стоматология), пародонтология, имплантология, собственная зуботехническая лаборатория, диспансерное наблюдение...».

- **на странице 85** санатория «Предгорье Кавказа» содержания: «Распрямите спину! Для борьбы с остеохондрозом позвоночника, межпозвоночной грыжей в санатории «Предгорье Кавказа» используют комплексное лечение на высшем уровне... На службе у здоровья – целебная система местных природных источников, лечебная физическая культура, массажи, подводное вертикальное и сухое вытяжение позвоночника, физиотерапия и грязевые аппликации...»;

на странице 148 под названием «Лето на глобусе с «Аэрофлотом» и банком УРАЛСИБ» содержания: «Совместная программа банка УРАЛСИБ и компании «Аэрофлот» действует несколько месяцев ...Участвуйте в программе «Аэрофлот Бонус», совершая покупки с картой WorldMasterCard «Аэрофлот-бонус» банка УРАЛСИБ...»;

на странице 34 виски «WILLIAMGRANT & SONSGLENFIDDICH 50 YEAROLD» содержания: «Виски WILLIAMGRANT & SONSGLENFIDDICH 50 YEAROLD 500 000 р. Компания WILLIAMGRANT & SONS выпустила ограниченную серию пятидесятилетнего односолодового виски GLENFIDDICH 50 YEAROLD. Бутылка редкого алкоголя декорирована шотландским серебром...», распространяемую в журнале «Искусство Потребления. Краснодар», № 6 (89), июнь 2010г. на страницах 34, 79, 83, 85, 148, поскольку в ней нарушены требования ч.3 ст.21, ч.7 ст.24, ч.1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ООО «Издательский Дом «Медиа Мир – Краснодар» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному Краснодарского 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 10 сентября 2010г.

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

Председатель Комиссии _____ Н.Я. Гассий

Члены Комиссии _____ К.А. Васько

_____ Т.И. Вайс

**ПРЕДПИСАНИЕ
О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ**

10 сентября 2010г.

г. Краснодар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Краснодарскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель Комиссии - Гассий Н.Я. – заместитель руководителя управления.

Члены Комиссии:

Васько К.А. – главный специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции;

Вайс Т.И. – ведущий специалист – эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

на основании своего решения от 10.09.2010г. по делу № 85Р/2010 о признании ненадлежащей рекламы сети клиник «ЛИЛАЙН», стоматологической клиники «Росс-Дент», санатория «Предгорье Кавказа», виски «WILLIAMGRANT & SONS GLENFIDDICH 50 YEAR OLD», а также рекламы под названием «Лето на глобусе с «Аэрофлотом» и банком УРАЛСИБ», размещенной в журнале «Искусство Потребления. Краснодар», № 6 (89), июнь 2010г. на страницах 34, 79, 83, 85, 148, и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1,3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения

антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Обществу с ограниченной ответственностью «Издательский Дом «МедиаМир – Краснодар» (350042, г. Краснодар, ул. Колхозная, 80А, ИНН 2310122845) в срок до 04 октября 2010 г. прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе - привести в соответствие с требованиями ч.3 ст.21, ч.7 ст.24, ч.1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» следующую рекламу:

- на странице 79 рекламу сети клиник «ЛИЛАЙН» содержания: «Ультроомоложение без операции Здоровый цвет лица и гладкая кожа без морщин – мечта женщины в любом возрасте...»;

- на странице 83 рекламу стоматологической клиники «Росс-Дент» содержания: «Все виды лечения зубов, детская стоматология, восстановление прикуса, отбеливание зубов (ZOOM), лазерная стоматология, ортопедическая стоматология, виниры (эстетическая стоматология), пародонтология, имплантология, собственная зуботехническая лаборатория, диспансерное наблюдение...».

- на странице 85 рекламу санатория «Предгорье Кавказа» содержания: Распрямите спину! Для борьбы с остеохондрозом позвоночника, межпозвоночной грыжей в санатории «Предгорье Кавказа» используют комплексное лечение на высшем уровне... На службе у здоровья – целебная система местных природных источников, лечебная физическая культура, массажи, подводное вертикальное и сухое вытяжение позвоночника, физиотерапия и грязевые аппликации...», **сопроводив предупреждением о наличии противопоказаний к данным медицинским услугам и методам лечения, либо необходимости получения консультации специалистов**, которое должно составлять не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства),

- на странице 148 рекламу под названием «Лето на глобусе с «Аэрофлотом» и банком УРАЛСИБ» содержания: «Совместная программа банка УРАЛСИБ и компании «Аэрофлот» действует несколько месяцев ...Участвуйте в программе «Аэрофлот Бонус», совершая покупки с картой WorldMasterCard «Аэрофлот-бонус» банка УРАЛСИБ...», указав лицо, оказывающего финансовые услуги (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество);

-на странице 34рекламувиски «WILLIAM GRANT & SONS GLENFIDDICH 50 YEAR OLD» содержания: «Виски WILLIAM GRANT & SONS GLENFIDDICH 50 YEAR OLD 500 000р. Компания WILLIAMGRANT & SONS выпустила ограниченную серию пятидесятилетнего односолодового виски GLENFIDDICH 50 YEAR, OLD. Бутылка редкого алкоголя декорирована шотландским серебром...», сопроводив ее предупреждением о вреде его чрезмерного потребления, которому должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади.

либо снять всю вышеуказанную рекламу с распространения.

2. Обществу с ограниченной ответственностью «Издательский Дом «МедиаМир – Краснодар» (350042, г. Краснодар, ул. Колхозная, 80А, ИНН 2310122845) представить в Краснодарское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания в срок **до 7 октября 2010 года** с приложением очередного номера журнала «Искусство Потребления. Краснодар».

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Краснодарское УФАС России вправе в соответствии с п.2.4 ч.2 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 статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии _____ Н.Я. Гассий

Члены Комиссии _____ К.А. Васько

_____ Т.И. Вайс