

160000, г. Вологда,  
ул. Новгородская, д.4

## Резолютивная часть оглашена 20 июля

2010 г.

Решение в полном объеме изготовлено 20 июля 2010 г.

### РЕШЕНИЕ № 75/2010

## Комиссия Управления ФАС по Вологодской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Хлевчук В.Т. - председатель комиссии, заместитель руководителя Управления;

Бодалев С.Р. – член комиссии, специалист-эксперт отдела антимонопольного и рекламного контроля;

Галанина О.В. – член комиссии, специалист 1 разряда отдела антимонопольного и рекламного контроля;

при участии от лица, в отношении которого возбуждено дело ООО «Клиника «Говорово» - директора \_\_\_\_\_

рассмотрев 20.07.2010 года дело № 75/2010 по признакам нарушения ООО «Клиника «Говорово» ч.7 ст.24 ФЗ «О рекламе»,

### УСТАНОВИЛА:

Вологодским УФАС России было выявлено распространение в журнале «Идея-Рандеву»: на стр. 107 в № 6(38) размещение рекламы следующего содержания: «Клиника Говорово...Вашему малышу – забота и профессионализм наших специалистов».

В данной рекламе, размещенной в периодическом печатном издании, предупреждению о противопоказаниях отведено менее чем пять процентов рекламной площади (пространства), что нарушает ч.7 ст. 24 ФЗ «О рекламе».

Рекламодателем указанной рекламы, размещенной в журнале «Идея-Рандеву»: на стр. 107 в № 6(38), т. е изготовителем или продавцом товара либо иным определившим объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицом, является ООО «Клиника «Говорово».

В силу ч. 7 ст. 24 ФЗ «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.

Комиссией установлено, что указанная реклама направлена на привлечение внимания к медицинским услугам, в которой предупреждению о противопоказаниях отведено менее чем пять процентов рекламной площади (пространства), что

нарушает ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе».

Комиссией установлено, что площадь информационного поля рекламной статьи равна 302,25 см<sup>2</sup>, площадь предупреждения о противопоказаниях равна 2,00 см<sup>2</sup>. Таким образом, в рассматриваемой рекламной статье такое предупреждение составило 0,7 % (то есть менее пять процентов) рекламной площади, чем нарушены требования ч.7 ст.24 ФЗ «О рекламе».

В соответствии со ст. 3 ФЗ от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе») рекламой является информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с помощью 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.

Объектом рекламирования является товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В соответствии с ч. 7 ст. 38 ФЗ «О рекламе», ответственность за нарушение ч. 7 ст. 24 названного Федерального закона несет рекламодатель и рекламораспространитель.

Таким образом, ООО «Клиника «Говорово» в нарушение требований ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе», разместило в журнале «Идея-Рандеву»: на стр. 107 в № 6(38) рекламу медицинских услуг, в которой предупреждению о противопоказаниях отведено менее чем пять процентов рекламной площади (пространства). В силу ст. 3 ч. 4 ФЗ «О рекламе», указанная реклама является ненадлежащей.

На основании вышеизложенного, руководствуясь ст. 36 ФЗ «О рекламе», в соответствии с п. 37 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, комиссия

#### **РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащей рекламу следующего содержания: «Клиника Говорово...Вашему малышу – забота и профессионализм наших специалистов», распространенную в журнале «Идея-Рандеву»: на стр. 107 в № 6(38), поскольку в ней нарушены требования ч.7 ст. 24 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО «Клиника «Говорово» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

Решение может быть обжаловано в суд в трехмесячный срок со дня вынесения решения.

Подача заявления о признании недействительным решения антимонопольного органа не приостанавливает исполнение решения, если судом не будет вынесено определение о приостановлении исполнения решения.

Председатель Комиссии

\_\_\_\_\_:

Члены

\_\_\_\_\_:

В.Т.  
Хлевчук  
С.Р

Комиссии:

\_\_\_\_\_:

С.П.  
Бодалев

О.В.  
Галанина