

ОПРЕДЕЛЕНИЕ № 06-10.1/04-2016

о возбуждении дела по признакам нарушения

законодательства Российской Федерации о рекламе

21 января 2016 года

город Омск

Председатель Комиссии Омского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – заместитель руководителя Омского УФАС России, рассмотрев материалы, свидетельствующие о признаках нарушения обществом с ограниченной ответственностью «Компания ИНИС» (далее – ООО «Компания ИНИС») 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») при распространении рекламы в журнале «Мамина Азбука» № 2 (48), № 3 (49) за 2015 год,

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.

По мнению Омского УФАС России, использование при размещении текста рекламы различных обозначений (символов, значков, сносок, номеров рекламных заказов и т.п.) является неправомерным и не может являться доказательством

соблюдения требований статьи 16 Федерального закона «О рекламе», поскольку по смыслу данной статьи текст рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должен сопровождаться исключительно пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы».

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 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 услуги по предоставлению займов.

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.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20 и 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Возбудить производство по делу № 06-10.1/04-2016 по признакам нарушения статьи 16, части 7 статьи 24, части 1.1 статьи 25, части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

2. Признать лицом, участвующим в деле:

лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО «Компания ИНИС», местонахождение: 644042, г. Омск, пр. Маркса, 24, офис 91.

3. Назначить дело № 06-10.1/04-2016 к рассмотрению на 02 февраля 2016 года в 16:00 часов по адресу: 644010, г.Омск, пр. Карла Маркса, 12 А, к. 102.

4. ООО «Компания ИНИС» в срок до 29 января 2016 года представить в адрес Управления:

а) письменные пояснения по фактам, изложенным в настоящем определении;

б) данные о рекламодателях указанной рекламы (для юридического лица: организационно-правовая форма, наименование, фактический адрес, телефон, Ф.И.О. руководителя; для индивидуального предпринимателя: Ф.И.О., фактический адрес, телефон):

- детского бассейна «Тигрята»,

- детского бассейна «Аквабеби»,

- БАД «Пепидол»,

- агентства недвижимости «НСБ недвижимость»,

- агентства недвижимости «Домдотком».

в) надлежаще заверенные копии:

- устава ООО «Компания ИНИС», свидетельств ЕГРЮЛ, ИНН;

- документа, подтверждающего служебные полномочия директора ООО «Компания ИНИС» (протокол собрания учредителей, приказ о назначении на должность и пр.);

- свидетельства о регистрации СМИ – журнала «Мамина Азбука»;

- договоров с рекламодателями на размещение указанной рекламы со всеми приложениями и актами выполненных работ;

- документов, подтверждающих оплату распространения рекламы;

- согласованных макетов указанной рекламы.

Одновременно предупреждаю, что непредставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), а равно предоставление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо предоставление недостоверных сведений (информации) влечет за собой административное наказание в виде административного штрафа в соответствии с частью 6 статьи 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Явка представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – ООО «Компания ИНИС», для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна.

