

РЕШЕНИЕ

23 июня 2017 года

г. Липецк

Резолютивная часть решения объявлена 22 июня 2017 года.

Решение в полном объеме изготовлено 23 июня 2017 года.

Комиссия Липецкого УФАС России по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель комиссии: Д.А.Шелестенко - заместитель руководителя управления - начальник отдела защиты конкуренции;

Члены комиссии:

Шипулина Ю.А. – ведущий специалист-эксперт отдела защиты конкуренции,

Д.Д.Тарабрина – ведущий специалист - эксперт отдела защиты конкуренции, рассмотрев дело № 15 по признакам нарушения Обществом с ограниченной ответственностью «Неоновый город» (398050, г. Липецк, ул. Интернациональная, д. 21 ИНН 4825040410 ОГРН 1054800195471) статьи 16, части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе», выразившееся в распространении рекламы без пометки «Реклама» или «на правах рекламы», а также отсутствует предупреждение о наличии противопоказаний и необходимости получения консультации специалистов,

в присутствии:

Представителя ООО «Неоновый город» -<...>

УСТАНОВИЛА:

Специалистами Липецкого УФАС России, было установлено, что в г. Липецке в ежемесячном общественно-политическом журнале «Неоновый город» № 4 (140) АПРЕЛЬ 2017 распространяется рекламная информация в виде статьи корреспондента <...> на стр. 30-31: «Если пора к зубному».

Данная информация содержит признаки нарушения Закона о рекламе.

Согласно Свидетельству о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ 48-000155 от 08.08.2011, выданного Роскомнадзором, учредителем ежемесячного общественно-политического журнала «Неоновый город» является ООО «Неоновый город». Данное средство

массовой информации является информационным, социально-политическим (освещение тем культуры, бизнеса, власти, экономики). Объем рекламы не может превышать 40 %.

Согласно п. 1 ст. 3 Закона 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.

В соответствии с п. 2 ст. 3 Закона о рекламе объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

п. 3 ч. 1 ст. 3 Закона о рекламе гласит, что товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Согласно Свидетельству о регистрации СМИ, территорией распространения ежемесячного общественно-политического журнала «Неоновый город» является Липецкая область.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе, реклама должна быть адресована неопределенному кругу лиц. Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Таким образом, информация в виде статьи корреспондента <...> на стр. 30-31: «Если пора к зубному», размещенная на стр. 30-31 в ежемесячном общественно-политическом журнале «Неоновый город» № 4 (140) АПРЕЛЬ 2017 доводятся до неопределенного круга лиц, направлены на выделение товара, а именно услуг стоматологии «Ваш Стоматолог», привлечение внимания потребителей к данной стоматологии, формирование и поддержание их интереса к оказываемым услугам, что, в свою очередь, способствует их продвижению на рынке.

В соответствии с пунктом 3 части 2 статьи 2 Закона о рекламе, данный закон не распространяется на справочно-информационные и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой.

Аналитический материал по своей сути представляет информационный блок, состоящий из описания исследования какого-либо факта, процесса, явления путем логических приемов, обоснованных выводов и прогнозов, характерных для совокупности товаров. При этом такой материал содержит в себе направленность на обзор опыта либо исторического развития сегмента, но не конкретного субъекта, в частности, с использованием приемов анализа и верифицированного сравнения.

В то же время, информация рекламного характера по своему содержанию и структуре преимущественно привлекает внимание читателя к определенному товару, в ущерб информации об иных участниках рынка, товарах, выделяет их на фоне остальных. Такая реклама направлена на продвижение на рынке конкретных, определенных товаров и не относится к справочно-информационным, аналитическим материалам, имеющим основной целью информационный обзор.

Информационные материалы (статьи, публикации и т.п.) о состоянии определенного

товарного рынка, в которых внимание читателя преимущественно привлекается к какому-либо товару, которые содержат сведения, формирующие или поддерживающие интерес к данному товару, в ущерб информации об иных участниках рынка, товарах, и направленные на продвижение на рынке конкретного товара, могут рассматриваться в качестве рекламы этого товара. На такие материалы распространяются требования Закона о рекламе.

Информация на странице 30-31 в ежемесячном общественно-политическом журнале «Неоновый город» № 4 (140) АПРЕЛЬ 2017 содержит следующие сведения: информационный материал под заголовком «Если пора к зубному», текст интервью с директором стоматологической клиники «Ваш Стоматолог», изображения посетителей клиники, рабочего процесса и фасада клиники, а также логотип учреждения «Ваш Стоматолог». Сообщение подобных сведений безусловно создает у заинтересованного потребителя интерес к рекламируемому товару.

На основании изложенного, можно сделать вывод о том, что рассматриваемая информация о стоматологической клинике «Ваш Стоматолог» является рекламой.

В соответствии со статьей 36 Закона Российской Федерации от 27 декабря 1991 года № 2124-1 «О средствах массовой информации», распространение рекламы в средствах массовой информации осуществляется в порядке, установленном законодательством Российской Федерации о рекламе.

В соответствии со статьей 16 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.

В рекламе стоматологической клиники «Ваш Стоматолог» в ежемесячном общественно-политическом журнале «Неоновый город» № 4 (140) АПРЕЛЬ 2017 отсутствуют пометки «реклама» или «на правах рекламы».

Согласно части 7 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных статьей 16 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

В соответствии с п. 7 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно положениям статьи 2 Закона Российской Федерации от 27 декабря 1991 года № 2124-1 «О средствах массовой информации», под распространителем понимается лицо, осуществляющее распространение продукции средства массовой информации по договору с редакцией, издателем или на иных законных основаниях.

Рекламодателем является лицо, осуществляющее фактическое доведение объекта рекламирования до сведения потребителя, т.е. ООО «Неоновый город». Также указанное обстоятельство подтверждается Договором № 70 взаимного оказания услуг от 15 марта 2017 года, заключенного между ООО «Неоновый город» и ООО «Ваш Стоматолог» (398002 г. Липецк, ул. В. Терешковой, д. 13 б, пом. 7 ИНН 4823020553 ОГРН 1024840829826) (далее - ООО «Ваш Стоматолог»).

Частью 7 статьи 24 Закона о рекламе установлено, что 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). 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 соответствии с Номенклатурой медицинских услуг, утвержденной Приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 27 декабря 2011 года № 1664Н, стоматология (064-067) относится к подразделам класса «В», обозначающего определенный тип медицинской услуги. Следовательно, стоматология является медицинской услугой.

Однако в рекламе стоматологии «Ваш Стоматолог» на стр. 30-31 в ежемесячном общественно-политическом журнале «Неоновый город» № 4 (140) АПРЕЛЬ 2017 отсутствует предупреждение о наличии противопоказаний и необходимости получения консультации специалистов.

Согласно части 6 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение положений статьи 24 несет рекламоатель.

Рекламодаатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с Договором № 70 взаимного оказания услуг от 15 марта 2017 года, рекламоаателем спорной рекламы является ООО «Ваш Стоматолог».

Однако согласно представленной ООО «Неоновый город» информации, макет был представлен ООО «Ваш Стоматолог» с предупреждением о наличии противопоказаний и необходимости получения консультации специалистов.

Вместе с тем, частью 8 статьи 38 Закона о рекламе установлено, что рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в [частях 6 и 7](#) настоящей статьи, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

Рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Согласно пояснениям ООО «Неоновый город», предупреждение о наличии противопоказаний и необходимости получения консультации специалистов отсутствует по вине сотрудников ООО «Неоновый город».

Следовательно, ООО «Неоновый город» является рекламопроизводителем рассматриваемой рекламы.

На основании вышеизложенного, реклама стоматологии «Ваш Стоматолог», в виде статьи корреспондента <...> «Если пора к стоматологу», распространяющаяся на стр. 30-31 в ежемесячном общественно-политическом журнале «Неоновый город» № 4 (140) АПРЕЛЬ 2017, рекламораспространителем и рекламопроизводителем которой является ООО «Неоновый город», содержит признаки нарушения ст. 16, ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

Определением о возбуждении дела №15 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе от 31.05.2017 рассмотрение дела было назначено на 22 июня 2017 года на 12 часов 00 минут.

В ходе рассмотрения дела возникла необходимость в получении дополнительной

информации по делу. Комиссией был объявлен перерыв до 22.06.2017 до 16 часов 00 минут.

В ходе рассмотрения дела представитель ООО «Неоновый город» - Кирьянова А.В. признала нарушение требований статьи 16, части 7 статьи 24 ФЗ "О рекламе".

Проанализировав имеющиеся в деле доказательства, в результате совещания, руководствуясь пунктом 1 части 2 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, распространявшуюся в г. Липецке в ежемесячном общественно-политическом журнале «Неоновый город» № 4 (140) АПРЕЛЬ 2017 на стр.30-31 следующего содержания: «Если пора к зубному», так как нарушены требования ст.16, ч. 7 ст.24 ФЗ "О рекламе".

2. Не выдавать ООО «Неоновый город» предписания об устранении нарушения законодательства о рекламе, в связи с истечением срока распространения рекламы.

3. Передать материалы дела должностному лицу Липецкого УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении.