

Резолютивная часть оглашена 09 сентября 2016 г.

Изготовлено в полном объеме 13 сентября 2016 г.

г. Вологда

## **РЕШЕНИЕ № 29/2016**

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Вологодской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Мерзлякова Н.В. – председатель комиссии, руководитель Управления;

Власов А.А. – член комиссии, начальник отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и торговли;

Ларичева Н.С. – член комиссии, специалист-эксперт отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и торговли,

рассмотрев дело №29/2016 по признакам нарушения ООО «Издательский дом «Череповец» (далее - Общество) Федерального закона 2006 года №38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон «О рекламе»),

в присутствии:

- лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе: представителя Общества по доверенности №70/2 от 25.07.2016 года,

## **УСТАНОВИЛА:**

Должностным лицом Управления Федеральной антимонопольной службы по Вологодской области в ходе осуществления государственного контроля по соблюдению законодательства Российской Федерации о рекламе выявлены признаки нарушения рекламного законодательства, выразившиеся в распространении рекламы следующего содержания: «Слуховые аппараты. Центр хорошего слуха «Радуга звуков»...» на стр.15 №2 (162) в журнале «Здоровье Вологодчины» за июнь 2016г. (далее – журнал), в которой усматривается нарушение

статьи 16 Закона «О рекламе».

Рекламораспространителем данной рекламы, т.е. лицом, осуществляющим распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, является учредитель печатного издания – ООО «Издательский дом «Череповец».

На рассмотрении дела представитель Общества пояснила, что вышеуказанная реклама была опубликована один раз. Считает, что произошла техническая ошибка, халатность менеджера. С нарушением согласна.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия приходит к выводу, что данная реклама является ненадлежащей.

В соответствии со статьей 3 Закона «О рекламе», рекламой является информация, распространенная 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 внимание к которым направлена реклама.

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

В силу ст. 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. 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.

Согласно материалам дела, специализацией журнала «Здоровье Вологодчины», согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ35-00138 от 13.02.2014 г., является: «специализированное печатное издание для медицинских и фармацевтических работников, реклама в соответствии с законодательством Российской Федерации о рекламе».

В нарушение ст. 16 Закона «О рекламе», Общество в журнале «Здоровье Вологодчины» разместило рекламу: «Слуховые аппараты. Центр хорошего слуха «Радуга звуков»..» без пометки "реклама" или пометки "на правах рекламы".

На основании вышеизложенного, реклама Общества, размещенная в журнале «Здоровье Вологодчины» нарушает требования ст. 16 Закона «О рекламе».

В силу части 4 статьи 3 Закона «О рекламе», ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Рекламораспространителем данной рекламы, т.е. лицом, осуществляющим распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, является учредитель печатного издания – ООО «Издательский дом «Череповец», согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ35-00138 от 13.02.2014 г.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона «О рекламе», рекламораспространитель несет ответственность за нарушение ст. 16 названного Федерального закона.

На основании вышеизложенного, руководствуясь статьей 36 Закона «О рекламе», в соответствии с пунктом 37 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

### **РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащей рекламу: «Слуховые аппараты. Центр хорошего слуха «Радуга звуков»..», распространенную на стр. 15: № 2 (162) за июнь 2016г. в журнале «Здоровье Вологодчины», поскольку она не соответствует требованиям статьи 16 Закона «О рекламе».

2. Выдать ООО «Издательский дом «Череповец» 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 частью 1 статьи 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.

### **ПРЕДПИСАНИЕ №29/2016**

#### **О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА**

#### **РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ**

13 сентября 2016 г.

г. Вологда

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Вологодской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Мерзлякова Н.В. – председатель комиссии, руководитель Управления;

Власов А.А. – член комиссии, начальник отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и торговли;

Ларичева Н.С. – член комиссии, специалист-эксперт отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и торговли,

на основании своего решения от 13 сентября 2016 г. по делу № 29/2016 о признании ненадлежащей рекламы: «Слуховые аппараты. Центр хорошего слуха «Радуга звуков»..», распространенной на стр. 15: № 2 (162) за июнь 2016г. в журнале «Здоровье Вологодчины», в соответствии с п. 1 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 ФЗ «О рекламе», п. 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

### **ПРЕДПИСЫВАЕТ:**

1. ООО «Издательский дом «Череповец» – рекламодателю, прекратить нарушения статьи 16 Закона «О рекламе», а именно:

прекратить распространение рекламы «Слуховые аппараты. Центр хорошего слуха «Радуга звуков»..» без пометки «реклама» или «на правах рекламы».

2. ООО «Издательский дом «Череповец» представить в Управление ФАС по Вологодской области письменные доказательства исполнения п. 1 настоящего предписания **в срок до 26.09.2016г.**

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Управление ФАС по Вологодской области вправе в соответствии с ч. 2.4 ст. 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 трех месячный срок со дня его выдачи.

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