

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, <...>, рассмотрев материалы по факту распространения на телеканале ГТРК «Южный Урал» рекламной информации об аппарате «Алмаг» с нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе,

УСТАНОВИЛ:

в Челябинское УФАС России поступило заявление жителя города Челябинска о нарушении 15 января 2016 года законодательства Российской Федерации о рекламе при размещении материалов об аппарате «Алмаг» на телеканале ГТРК «Южный Урал».

На запрос Челябинского УФАС России ГТРК «Южный Урал» пояснило, что 15 января 2016 года в утреннем новостном блоке (в 7 часов 35 минут) вышел информационный материал о мобильных терапевтических приборах, где присутствовала информация об аппарате «Алмаг». Данный материал носил исключительно информационный характер и был подготовлен в связи с необходимостью информирования населения по вопросам безопасности и здоровья человека на основании редакционного задания. Также ГТРК «Южный Урал» предоставило указанный информационный материал о мобильных терапевтических приборах, продолжительностью 1 минута.

Специалистами Челябинского УФАС России был произведен анализ предоставленного ГТРК «Южный Урал» материала о мобильных терапевтических приборах, в ходе которого выявлено следующее.

15 января 2016 года в телепередаче «Утро России» в региональном эфире «Утро Вести Южный Урал» в 7 часов 35 минут транслировался информационный материал о мобильном терапевтическом приборе аппарат «Алмаг».

Распространение данного материала осуществлялось в форме рассказа о мобильных терапевтических приборах, в частности диктором озвучено следующее: «Фармацевты Аптечного областного склада отмечают повышенный интерес южноуральцев к мобильным терапевтическим приборам. Благодаря небольшому размеру и простой методике лечения аппараты магнитного воздействия можно использовать дома, приборы магнитотерапии усиливают действия препаратов и не оказывают побочного эффекта, к ним относится отечественная разработка Елатомского приборного завода». Использован образ медицинского работника, демонстрирующий аппарат «Алмаг», который указывает, что «Чаще всего «Алмаг» используют при остеохондрозах, проблемах с суставами, чтобы снять боль, расслабить мышцы, вернуть трудоспособность. Пользоваться аппаратом могут практически все члены семьи». Демонстрируется витрина, на которой размещаются различные приборы, в том числе аппарат «Алмаг», при этом диктор озвучивает следующую информацию: «По словам специалистов сети аптек «Областного аптечного склада» тем, кто пользуется «Алмагом» прибор позволит улучшить сон, снять эмоциональное напряжение. Это российское ноу-хау будет полезно и при варикозе, уверены авторы разработки». На протяжении всего сюжета изображаются: аппарат «Алмаг», как в упаковке, так и без нее и иные обозначения, позволяющие идентифицировать как товар, так и его изготовителя, озвучивается место его реализации, демонстрируется процесс покупки указанного аппарата.

Сюжет не содержит какие – либо комментарии в отношении аналогичных терапевтических приборов.

Часть 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» устанавливает, что 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.

На основании части 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» товаром в указанном материале является аппарат «Алмаг», так как весь материал направлен на привлечение внимания именно к указанному аппарату.

Согласно статье 3 Федерального закона «О рекламе» под рекламой понимается 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. Таким образом, транслировавшийся в региональном эфире «Утро Вести Южный Урал» в 7 часов 35 минут материал о мобильном терапевтическом приборе аппарат «Алмаг» является рекламой на основании статьи 3 Федерального закона «О рекламе», поскольку, адресован неопределенному кругу лиц, направлен на привлечение внимания и формирование интереса со стороны потребителей к аппарату «Алмаг», а также его продвижение на рынке.

В соответствии с частью 1 статьи 14 Федерального закона «О рекламе» прерывание телепрограммы или телепередачи рекламой, то есть остановка трансляции телепрограммы или телепередачи для демонстрации рекламы, должно предваряться сообщением о последующей трансляции рекламы, за исключением прерывания спонсорской рекламой.

Рекламная информация об аппарате «Алмаг» транслировалась в региональном эфире «Утро Вести Южный Урал» в 7 часов 35 минут 15 января 2016 года прерывая телепередачу «Утро России», а именно блок новостей федерального и регионального вещания, при этом сообщение о последующей трансляции рекламы отсутствовало.

Частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» установлено, что реклама медицинских изделий должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

В рекламной информации об аппарате «Алмаг», которая транслировалась в региональном эфире «Утро Вести Южный Урал» в 7 часов 35 минут 15 января 2016, также отсутствует предупреждение о наличии противопоказаний к применению и использованию указанного аппарата, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

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

**ОПРЕДЕЛИЛ:**

1. Возбудить производство по делу № 24-08/2016 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Назначить дело № 24-08/2016 к рассмотрению на 15 апреля 2016 года в часов 30 минут по адресу: г. Челябинск, пр. Ленина, 59, каб. 320.

3. Признать лицами, участвующими в деле:

заявитель – физическое лицо;

лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства - Филиал ФГУП «ВГТРК» «ГТРК «Южный Урал».

4. Филиалу ФГУП «ВГТРК» «ГТРК «Южный Урал» в срок до 28 марта 2016 года представить в Челябинское УФАС России:

4.1. Документы, подтверждающие полномочия директора ГТРК «Южный Урал» (приказ о назначении на должность, должностная инструкция и иные);

4.2. Редакционное задание о подготовке и выдаче в эфир 15 января 2016 года информационного материала о мобильном терапевтическом приборе аппарат «Алмаг»;

4.3. Письменные сведения о должностном лице, ответственном за выход в эфир телеканала «ГТРК Южный Урал» 15 января 2016 года информационного материала о мобильном терапевтическом приборе аппарат «Алмаг» (фамилия имя отчество, должность, с приложением трудового договора);

4.4. Письменные пояснения по факту указания в информационном материале о мобильных терапевтических приборах, который транслировался на телеканале «ГТРК Южный Урал» 15 января 2016 года, информации исключительно об аппарате «Аламаг»;

4.5. Иные сведения, имеющие отношение к рассматриваемому делу.

В случае отсутствия запрошенных документов и сведений представить письменные объяснения с указанием причин их отсутствия.

Все запрашиваемые документы должны быть представлены в надлежащем образом заверенных копиях, с описью и сопроводительным письмом.

При участии в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе представителей вышеуказанных лиц, полномочия представителей должны быть оформлены доверенностью на право представления лица в антимонопольном органе.

Доводим до вашего сведения, что непредставление в Федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных законодательством о рекламе, а равно представление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде, либо представление недостоверных сведений (информации), влечет наложение административного штрафа в соответствии с частью 6 статьи 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Председатель Комиссии

<...>

<...>