

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

о возбуждении производства по делу №03-42/15Р

по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

г. Якутск

«06» октября 2015 г.

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Саха (Якутия) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе Кузьмин А.Д., рассмотрев материалы представленные отделом естественных монополий и рекламы, по факту распространения в газете «Якутия» №107 (33041) от 24.09.2015 г. рекламы с признаками нарушения части 10.1. статьи 5, статьи 16, части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» № 38 от 13 марта 2006 г.,

у с т а н о в и л:

28.09.2015 г. Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Саха (Якутия) в рамках осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства о рекламе в газете «Якутия» №107 (33041) от 24.09.2015 г. отслежено распространение рекламы с признаками нарушения части 10.1. статьи 5, пункта 7 статьи 7, статьи 16, части 7 статьи 24 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».

На первой полосе газеты «Якутия» №107 (33041) от 24.09.2015 г. размещена реклама следующего содержания: «Дорогие подписчики! С 01 октября по 24 декабря открыта льготная подписка на газету «Якутия» во всех почтовых отделениях УФСР РС (Я) на I полугодие 2016 г. подпишите себя и своих близких по выгодной цене на любимое издание! -50%».

На 15 полосе газеты «Якутия» №107 (33041) от 24.09.2015 г. распространяется реклама песенника ОАО «Медиа-холдинг Якутия» следующего содержания: «Купи песенник от производителя. Типография «Медиа-холдинг Якутия» выпустила сборник популярных песен в твердой обложке. Выгодное отличие песенника заключается в том, что он двусторонний - перевертыш, т.е. с одной стороны якутские песни под названием «Тохтолоркөмүс дорбооннор» и с другой – русские «Песня не прощается с тобой». В сборник вошли более 300 популярных якутских и русских песен разных жанров, такие как «Ой, цветет калина», «Птица счастья», «Старый клен», «В землянке» и «Күһүннү серенада», «Саныбынтэреэбуталааспын», «Умнуллубатонускылаас», «Чэмэлиинэ» на якутском. Приобрести сборник можно по адресу: г.Якутск, ул.Орджоникидзе, 31 (Дом печати), 2 этаж, каб. 245, тел. 42 11 62. Оптовым покупателям скидка! Цена от поставщика 250 рублей, от 5 экземпляров 200 рублей!».

На 16 полосе газеты «Якутия» №107 (33041) от 24.09.2015 г. размещена реклама следующего содержания: «Модный мастер. Газета «Якутия» и салон красоты «Лидия» проводят заочный конкурс «Модный мастер-2015», посвященный году предпринимательства и памяти организатора республиканского конкурса парикмахеров «Золотой локон» Василия Федорова. Для участия в нем нужно сделать по три качественных фото двух женских причесок – стрижки и вечерней укладки и выслать на адрес редакции газеты yakutia@sakhamedia.ru. Конкурс проходит с 16 апреля 2015 года по 16 октября 2015 года».

В соответствии со статьей 3 Федерального закона «О рекламе» рекламой признается информация, распространяемая 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 продвижению на рынке. В [статье 3](#) Федерального закона «О рекламе» под товаром как объектом рекламирования понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В силу пункта 5 статьи 2 Федерального закона от 29.12.2010 №436-ФЗ (ред. от 02.07.2013) "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию" информационная продукция - предназначенные для оборота на территории Российской Федерации продукция средств массовой информации, печатная продукция, аудиовизуальная продукция на любых видах носителей,

программы для электронных вычислительных машин (программы для ЭВМ) и базы данных, а также информация, распространяемая посредством зрелищных мероприятий, посредством информационно-телекоммуникационных сетей, в том числе сети "Интернет", и сетей подвижной радиотелефонной связи.

[Глава 2](#) Федерального закона "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию" вводит классификацию информационной продукции по пяти категориям:

1. информационная продукция для детей, не достигших возраста шести лет (0+);
2. информационная продукция для детей, достигших возраста шести лет (6+);
3. информационная продукция для детей, достигших возраста двенадцати лет (12+);
4. информационная продукция для детей, достигших возраста шестнадцати лет (16+);
5. информационная продукция, запрещенная для детей (18+).

Под информационной продукцией согласно [статье 2](#) Федерального закона "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию" понимаются предназначенные для оборота на территории Российской Федерации продукция средств массовой информации, печатная продукция, аудиовизуальная продукция на любых видах носителей, программы для электронных вычислительных машин (программы для ЭВМ) и базы данных, а также информация, распространяемая посредством зрелищных мероприятий, посредством информационно-телекоммуникационных сетей, в том числе сети "Интернет", и сетей подвижной радиотелефонной связи.

Исходя из содержания рекламы, распространяемой с использованием газеты «Якутия» №107 (33041) от 24.09.2015 г., реклама привлекает внимание потребителей рекламы к следующим видам информационных продукций:

- к газете «Якутия» на странице 1 (продукция СМИ);
- песеннику от типографии «Медиа-холдинг» на странице 15 (печатная продукция);
- конкурсу «Модный мастер-2015» на странице 16 (зрелищное мероприятие).

Совокупное восприятие информации содержащейся в рекламе, распространенной в газете «Якутия» №107 (33041) от 24.09.2015 г. на 1, 15 и 16 полосах, дает основание полагать, что объектом рекламирования в данном случае выступает информационная продукция, предназначенная для оборота на территории Российской Федерации, а именно зрелищное мероприятие (конкурс), а также печатная продукция (подписка на газету, песенник).

Согласно части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального [закона](#) от 29 декабря 2010 года N 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию", без указания категории данной информационной продукции.

Поскольку реклама, распространенная в газете в призвана привлекать внимание потребителей рекламы информационной продукции, то в рассматриваемой рекламе должна быть указана возрастная категория данных информационных

продукций.

В рассматриваемой рекламе пометка о возрастной категории информационной продукции отсутствует, что указывает на признаки нарушения пункта 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».

При этом в рекламеконкурса «Модный мастер-2015» на странице 16, стимулирующего мероприятия ленточных пилорам «Тайга» на странице 32 следующего содержания: «Акция: ленточные пилорамы «Тайга» по цене завода, электрические от 136 тыс. руб., бензиновые от 194 тыс. руб. Тел 8 914 270 8095», отсутствует пометка "реклама" или пометка "на правах рекламы", что указывает на признаки нарушения статьи 16 Федерального закона «О рекламе».

Согласно статье 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.

Также установлено размещение на первой полосе газеты «Якутия» №107 (33041) от 24.09.2015 г. рекламы стимулирующего мероприятия холдинга «Сахамедиа», связанного с предоставлением медицинских услуг, «Подпишись и проверь свое здоровье» следующего содержания: «Уважаемые подписчики! 15 и 16 октября 2015 года холдинг «Сахамедиа» проводит для своих подписчиков беспрецедентную акцию «Подпишись и проверь свое здоровье!» Подписавшись на 6 месяцев на газеты «Якутия» («толстушка») всего за 795 рублей, «Саха сирэ» (толстушка) за 762 рубля вы можете бесплатно пройти консультации у таких специалистов как терапевт, невропатолог, офтальмолог, кардиолог, уролог, сдать кровь на сахар, на холестерин, пройти кардиограмму. Двойная выгода! Лови момент! Мы ждем вас по адресу г.Якутск, ул.Орджоникидзе, 31, Республиканский Медиацентр, 2 этаж. Все вопросы по оформлению подписки по акции по тел. 42 46 04, 42 35 12» с признаками нарушения части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

Приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 27.12.2011 N 1664н (ред. от 10.12.2014) "Об утверждении номенклатуры медицинских услуг":

- прием (осмотр, консультация) врача-терапевта первичный (код В01.047.001);
- прием (осмотр, консультация) врача-офтальмолога первичный (код В01.029.001);
- прием (осмотр, консультация) врача-кардиолога первичный (код В01.015.001);
- прием (осмотр, консультация) врача-уролога первичный (код В01.053.001);
- исследование уровня глюкозы в крови (код А09.05.023.002);
- исследование уровня холестерина в крови (код А09.05.026);
- электрокардиография с физическими упражнениями (код А12.10.001), электрокардиография с применением лекарственных препаратов (код А12.10.002) представляют собой перечень медицинских услуг и внесены в

номенклатуру медицинских услуг.

Следовательно, указанные в рассматриваемой рекламе услуги врача-терапевта, врача-офтальмолога, врача-кардиолога, врача-уролога, исследования уровня глюкозы в крови, исследования уровня холестерина в крови, а также электрокардиографии относятся к медицинским услугам.

Согласно пункту [46 части 1 статьи 12](#) Федерального закона от 04.05.2011 №99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности» лицензированию подлежат следующие виды деятельности медицинская [деятельность](#) (за исключением указанной [деятельности](#), осуществляемой медицинскими организациями и другими организациями, входящими в частную систему здравоохранения, на территории инновационного центра "Сколково").

При этом, согласно требований 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). 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.

Совокупное восприятие информации, размещенной в рассматриваемой рекламе, дает основание полагать, что объектом рекламирования является стимулирующее мероприятие, связанное с предоставлением подписчикам газеты «Якутия», «Саха сирэ» медицинских услуг, следовательно, в рассматриваемой рекламе должна быть информация о необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

Таким образом, в рекламной подписке на газету «Якутия», песенника от типографии «Медиа-холдинг», конкурса «Модный мастер-2015», стимулирующего мероприятия ленточных пилорам «Тайга», стимулирующего мероприятия холдинга «Сахамедиа» «Подпишись и проверь свое здоровье!», распространяемой в газете «Якутия» №107 (33041) от 24.09.2015 г. содержатся признаки нарушения части 10.1. статьи 5, статьи 16, части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе»

Принимая во внимание наличие фактов указывающих на признаки нарушения части 10.1. статьи 5, статьи 16, части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частями 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 №03-42/15Р по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
2. Признать и привлечь к участию в деле в качестве лица, в чьих действиях содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:
 - Открытое акционерное общество «Республиканский информационно-издательский холдинг «Сахамедиа», 677000, г. Якутск, ул. Орджоникидзе, 31.
3. Назначить рассмотрение дела №03-42/15Р на «___» октября 2015 г. в ___ часов ___ минут по адресу г. Якутск, ул. Аммосова, 18, каб. 402, тел: 42-29-89, факс 42-29-41.

Явка представителя или законного представителя ОАО «РИИХ «Сахамедиа» (с доверенностью на участие в рассмотрении дела) обязательна.

4. Открытое акционерное общество «Республиканский информационно-издательский холдинг «Сахамедиа» в срок до «___» октября 2015 г. представить следующие сведения (документы):
 - устав ОАО «РИИХ «Сахамедиа»;
 - свидетельство о государственной регистрации в качестве юридического лица;
 - свидетельство о постановке на учет в налоговом органе;
 - устав Редакции газеты «Якутия»;
 - свидетельство о регистрации средства массовой информации;
 - приказ о назначении главного редактора;
 - должностная инструкция главного редактора;
 - договор, заключенный с редакцией газеты «Якутия»;
 - договоры с агентами, по производству макетов рекламы, приему заявок на размещение (опубликование) рекламных материалов;
 - представить договоры с рекламодателями (подписки на газету «Якутия», песенника от типографии «Медиа-холдинг», конкурса «Модный мастер-2015», акции ленточных пилорам «Тайга») при отсутствии таковых – платежные поручения акты, выполненных работ;
 - письменные пояснения по обстоятельствам производства, размещения и распространения указанных рекламных материалов;
 - кем определялось содержание указанных рекламных материалов, предоставлялись ли сведения о категории издания, утверждались ли макеты рекламы;
 - пояснения по факту размещения и распространения рекламы информационных продуктов, без указания в их рекламе пометки о возрастной категории, пометки «на правах рекламы», а также предупреждения о наличии противопоказаний;
 - кем определялось содержание рекламы акции «Подпишись и проверь свое

здоровье!»;

- какая медицинская организация и по какому адресу осуществляет указанные в рекламе акции «Подпишись и проверь свое здоровье!» медицинские услуги, представить лицензии на осуществление медицинской деятельности, контактные сведения организации;
- договор (соглашение) с организацией, предоставляющей медицинские услуги по рекламируемому стимулирующему мероприятию;
- сколько раз опубликовывались (в каких номерах) на страницах газеты «Якутия» вышеуказанные рекламные материалы.

Представляемые копии документов должны быть заверены печатью организации и подписью руководителя.

Напоминаем, что в соответствии с ч. 6 ст. 19.8 КоАП РФ непредставление в федеральный антимонопольный 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.

Председатель Комиссии
Кузьмин

А.Д.