

РЕШЕНИЕ № Р- 24/2017

по признакам нарушения рекламного законодательства

Российской Федерации

21 августа 2017 года

г. Курган

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

Председатель комиссии: Гагарина И.В. - руководитель Курганского УФАС России;

Члены комиссии: Ефремова Е.А. – государственный инспектор,

Кошелев Н.Г. – государственный инспектор,

рассмотрев дело № Р- 24/2017 по признакам нарушения ООО «ИстВуд» и ООО РОЦ «Ариадна» пункта 8 части 1, части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», в присутствии представителей:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

- ООО «ИстВуд» - явки нет, заявлено ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие представителя,

- ООО РОЦ «Ариадна» - Морковкина А.А. (доверенность от 20.04.2017),

УСТАНОВИЛА:

В порядке осуществления надзора за законодательством Российской Федерации о рекламе, специалистом Курганского УФАС России был осмотрен ежемесячный номер рекламно-информационного журнала «Выбирай соблазны большого города» за апрель 2017 года.

В результате рассмотрения вышеуказанного заявления установлено следующее:

На странице №8-9 журнала расположена информационная статья Центра восстановительной травматологии и ортопедии «Ариадна». Данная статья содержит в себе раздел «Услуги центра «Ариадна». Из содержания рассматриваемой статьи, имеется возможность сделать вывод об оказании медицинских услуг.

В соответствии с частью 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «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.

Указанный выше рекламный модуль Центра ВТиО «Ариадна» не содержит указанного в законе обязательного условия распространения рекламы медицинских услуг.

С целью установления рекламодателя, рекламораспространителя и рекламоизготовителя модуля рекламы Курганским УФАС России у РИЖ «Выбирай соблазны большого города» истребована информация.

Письмом от 11.04.2017 года (вх. № 1755) журнал «Выбирай соблазны большого города» предоставил договор № 17/0317-03 от 17.03.2017 года, заключенный между ООО «ИстВуд» и ООО Реабилитационный оздоровительный центр «Ариадна» (далее- рекламодатель).

Согласно пункту 2.1. Договора, размещение рекламной информации (модульной рекламы или текстовых рекламных материалов) рекламодателя осуществляется в журнале «Выбирай соблазны большого города» по письменному заявлению рекламодателя. В соответствии с пунктом 3.1.1. Договора, рекламист обязан своими силами и из представленных материалов изготовить рекламную продукцию рекламодателя.

Соответственно, из условий договора следует:

- Рекламодатель – ООО Реабилитационный оздоровительный центр «Ариадна»;
- Рекламораспространитель – ООО «ИстВуд»;
- Рекламоизготовитель – ООО «ИстВуд».

В соответствии с пунктом 20 Постановления Правительства РФ от 17.08.2006 № 508 «Об утверждении Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе», при наличии признаков нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган принимает решение о возбуждении дела.

Определением о возбуждении дела № Р-24/2017 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе 13 апреля 2017 года было возбуждено дело в отношении ООО «ИстВуд», ООО РОЦ «Ариадна».

Комиссия Курганского УФАС России рассмотрела представленные сторонами по делу доказательства, заслушала доводы, пояснения и возражения лиц, участвующих в деле, и пришла к следующим выводам.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, 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.

Под неопределенным кругом лиц применительно к [Закону](#) о рекламе следует понимать тех лиц, которые не могут быть заранее определены в качестве получателей рекламной информации. При этом, исходя из буквального толкования упомянутой [нормы](#) права, следует, что квалифицирующим признаком информации как рекламной является именно ее адресованность неопределенному кругу лиц, но не факт непосредственного доведения названной информации до ее получателей.

Из существа рекламно-информационного журнала «Выбирай соблазны большого города» с содержанием спорного рекламного модуля медицинского центра «Ариадна» следует, что рекламодатель преследует цель по привлечению новых потребителей рекламируемого продукта. Следовательно, модуль с рекламируемым товаром, распространяемый по

средствам РИЖ «Выбирай соблазны большого города» выпуск апрель 2017 года носит рекламный характер информации.

Согласно разъяснениям Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации, изложенным в [пункте 16](#) Информационного письма № 37 от 25.12.1998, информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации реклама признается ненадлежащей (пункт 4 статьи 3 Закона о рекламе).

Из письменных пояснений ООО «ИстВуд» от 28.04.2017 (вх. № 2235) следует, что макет статьи «10 лет успеха. Центр Ариадна- лечение без лекарств» согласовывался сторонами договора. Редакцией журнала «Выбирай» было размещено предупреждение о возможных противопоказаниях и необходимости получения консультации специалиста. Предупреждение размещено на полях страниц № 8-9.

Так же стороны по делу № Р-24/2017 уточнили, что законодатель не прописывает размер, яркость и контрастность необходимой надписи. В конечном виде предупредительная надпись отличается от разработанного макета, однако является читаемой.

На основании вышеизложенного, нарушение пункта 7 статьи 24 Закона о рекламе сторонами не признается.

В связи с тем, что ООО «ИстВуд» оспаривает содержание статьи «10 лет успеха» как рекламы медицинских услуг, на кафедру русского языка и общего языкознания КГУ был сделан запрос о проведении лингвистического исследования текста статьи.

На основании вышеизложенного ООО «ИстВуд» было заявлено ходатайство о приостановлении настоящего дела для получения заключения специалиста –филолога.

Руководствуясь абз. 2 пункта 35 Постановления Правительства РФ от 17.08.2006 № 508 «Об утверждении Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе», определением о приостановлении рассмотрения дела № Р-24/2017 по признакам нарушения рекламного законодательства РФ от 31.05.2017 года дело было приостановлено до получения экспертного заключения по настоящему делу, возбужденного в отношении ООО «ИстВуд» и ООО РОЦ «Ариадна».

К участию в рассмотрении дела был привлечен специалист –эксперт в области языкознания- кандидат филологических наук, доцент кафедры общего языкознания КГУ Филისტеева Ольга Валерьевна.

10 августа 2017 в адрес Курганского УФАС России поступило заключение специалиста-эксперта.

Так, заключение от 10.08.2017 года содержит в себе следующие выводы в отношении спорной статьи «10 лет успеха»:

1. Статья содержит потенциально рекламную информацию в отношении ООО РОЦ «Ариадна», но без указания методов лечения и видов заболеваний;
2. В статье отсутствуют языковые средства, способствующие возникновению у читателя гарантированного положительного действия услуг ООО РОЦ»Ариадна». Так же в исследуемом тексте отсутствуют директивы- призыв к посещению центра и пользованию его услугами;
3. В статье использованы языковые средства, с помощью которых реклама ООО РОЦ «Ариадна» воспринимается читателями как реклама медицинской деятельности, в том

числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации.

Определением от 14.08.2017 года рассмотрение дела № Р-24/2017 по признакам нарушения рекламного законодательства РФ было возобновлено.

На заседании Комиссии от 21.08.2017 года стороны поддержали ранее изложенные доводы.

Согласно [пункту 8 части 1 статьи 24](#) Федерального закона «О рекламе» реклама лекарственных средств не должна гарантировать положительное действие объекта рекламирования, его безопасность, эффективность и отсутствие побочных действий.

Из экспертного заключения от 10.08.2017 следует, что спорный текст не содержит языковые средства, способствующие возникновению у читателя гарантированного положительного действия услуг ООО РОЦ «Ариадна».

Согласно [подп. «а» п. 36](#) Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508 производство по делу может быть прекращено в случае неподтверждения в ходе рассмотрения дела наличия фактов нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь [п. 2 ч. 1 ст. 33, ч. 1 ст. 36](#) Закона о рекламе и в соответствии с [п. п. 36 - 42](#) Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

Производство по делу № Р-24/2017 прекратить в связи с неподтверждением в ходе рассмотрения дела наличия фактов нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Резолютивная часть решения оглашена 21 августа 2017 года. Решение изготовлено в полном объеме 21 августа 2017 года.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном [ст. 198](#) Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.