

## РЕШЕНИЕ

24 марта 2010 года

г. Пенза, ул.Урицкого, 127

Комиссия Пензенского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:

Авдеев А.И. – руководитель территориального управления

Члены Комиссии:

Володин В.А.- начальник отдела контроля размещения государственного заказа, органов власти и рекламы,

Кузьмина М.В.- главный специалист-эксперт отдела контроля размещения государственного заказа, органов власти и рекламы,

рассмотрев дело № 3-01/04-2010 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы, содержащей признаки нарушения части 7, части 11 статьи 24 Федерального закона «О рекламе»,

в присутствии представителя:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – генерального директора

ООО «Максимум» - <...>,

генерального директора ООО ЛДЦ «Твое здоровье» - <...>.

### УСТАНОВИЛА:

В газете «Час Пик в дом-Пенза» №2 от 16.02.2010 стр.13 опубликовано рекламное объявление следующего содержания: «Фарм аборты. УЗИ, ЭКГ. Консультации врачей (маммолог, гинеколог, эндокринолог, невролог, уролог, ЛОР, кардиолог). Лечение мастопатии. Удаление родинок, бородавок врачами-онкологами. Мазки на ИППП, ПЦР. Криотерапия. Лиц. 58-01-000177 ЛДЦ «Твое здоровье»...».

Реклама медицинских услуг по искусственному прерыванию беременности должна содержать предупреждение о возможности наступления вредных последствий для здоровья женщины.

Кроме того, в вышеуказанной рекламе отсутствует предупреждение о наличии противопоказаний.

<...> (ООО ЛДЦ «Твое здоровье») на рассмотрении дела указал, что в начале февраля 2010 года в ООО ЛДЦ «Твое здоровье» обратилась гр. <...> с предложением разместить в газете «Час пик в дом – Пенза» рекламу медицинских услуг, оказываемых в ООО ЛДЦ «Твое здоровье». <...> самостоятельно оформила рекламный блок. Договор на распространение рекламы не заключался. Сроки изготовления рекламного блока не были оговорены. Газету и квитанцию об оплате услуг, гр. <...> принесла после выпуска газеты 18 февраля 2010 года. Администратором медицинского центра была выдана сумма, указанная на квитанции об оплате в размере 1600 рублей. Подтверждением того, что ООО ЛДЦ «Твое здоровье» не является рекламодателем существует и тот факт, что газета «Час пик в дом – Пенза» №2 за февраль была выпущена 16 февраля, а исходя из квитанции к приходному кассовому ордеру №25 от 18.02.2010 видно, что оплата была произведена 18.02.2010. Редакция газеты выпустила рекламу без договора с рекламодателем и без оплаты за рекламу.

<...> (ООО «Максимум») на рассмотрении дела пояснила, что в ходе работы между менеджером по рекламе ООО «Максимум» и ООО ЛДЦ «Твое здоровье» была достигнута устная договоренность, предметом которой было размещение рекламы ООО ЛДЦ «Твое здоровье» в газете «Час пик в дом». После чего от ООО ЛДЦ «Твое здоровье» по электронной почте была прислана информация для изготовления макета рекламы. В процессе верстки газеты, макет был поставлен на полосу «Здоровье». Процесс верстки газеты представляет собой следующие этапы: 1) верстка газеты на компьютере; 2) вывод готовых полос на проверку (орфография, сверка рекламы с оригиналами информации присланной от заказчика, сопроводительная информация в рамках закона «О рекламе»), правки и дополнения делаются на выведенных на бумагу полосах; 3) корректировка на компьютере всех допущенных и найденных ошибок. В ходе проверки выверенных на бумагу полос, все необходимые правки и дополнения были написаны на полосах (в т.ч. и фраза в рекламе ООО ЛДЦ «Твое здоровье» предупреждающая о наличии противопоказаний и получения консультации специалистов, необходимая по закону «О рекламе»). Из-за невнимательности дизайнера, эта фраза была упущена и не поставлена в рекламу.

Изучив представленные документы, заслушав и исследовав доводы лиц, участвующих в рассмотрении дела, Комиссия пришла к следующему выводу:

В соответствии со статьёй 3 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006 №38-ФЗ (далее ФЗ «О рекламе»), рекламой является информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. При этом под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

В соответствии с частью 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе» реклама лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, медицинской техники 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).

В соответствии с частью 11 статьи 24 ФЗ «О рекламе» реклама медицинских услуг по искусственному прерыванию беременности должна содержать предупреждение о возможности наступления вредных последствий для здоровья женщины.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частями 7, 8 и 11 статьи 24 законодательства Российской Федерации о рекламе несет рекламораспространитель.

Рекламораспространителем и рекламопроизводителем вышеуказанного объявления является ООО «Максимум» (письмо ООО «Максимум» исх. от 13.05.2010).

Учитывая вышеизложенное, и, основываясь на фактических обстоятельствах дела, Комиссия пришла к выводу, что ООО «Максимум» нарушило требования части 7, части 11 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со статьёй 3 Федерального закона «О рекламе» под ненадлежащей рекламой понимается реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В действиях ООО «Максимум», содержится состав административного правонарушения ответственность за которое

наступает по ст. 14.3. КоАП РФ.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 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 медицинских услуг, опубликованную в газете «Час Пик в дом-Пенза» №2 от 16.02.2010 стр.13, поскольку в ней нарушены требования части 7, части 11 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ООО «Максимум» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

Решение изготовлено в полном объеме 29 марта 2010 года.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

**ПРЕДПИСАНИЕ**  
**о прекращении нарушения**  
**законодательства Российской Федерации о рекламе**

24 марта 2010г.

г.Пенза, ул.Урицкого, 127

Комиссия Пензенского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:

Авдеев А.И. – руководитель территориального управления

Члены Комиссии:

Володин В.А.- начальник отдела контроля размещения государственного заказа, органов власти и рекламы,

Кузьмина М.В.- главный специалист-эксперт отдела контроля размещения государственного заказа, органов власти и рекламы,

на основании своего решения от 24 марта 2010г. по делу № 3-01/04-2010 о признании ненадлежащей рекламы медицинских услуг, опубликованной в газете «Час Пик в до -Пенза» №2 от 16.02.2010 стр.13 и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1,3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ООО «Максимум» в семидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: привести в соответствие с законодательством, рекламу медицинских услуг, опубликованную в газете «Час Пик в дом-Пенза» №2 от 16.02.2010 стр.13 и распространяемую иными способами (часть 7, часть 11 статья 24 Федерального закона «О рекламе»).

2. ООО «Максимум» представить в Пензенское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 19.04.2010г.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Пензенское УФАС России вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить штраф на юридических лиц в размере от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации

Председатель Комиссии  
А.И. Авдеев

Члены Комиссии  
В.А. Володин  
М.В. Кузьмина