

РЕШЕНИЕ

по делу № РЦ.08.08.06

25 февраля 2009 г. г. Москва

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

Председатель Комиссии

Кашеваров А.Б. - заместитель руководителя ФАС России,

члены Комиссии:

Никитина Т.Е. - заместитель начальника Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции;

Василенкова И.И. - заместитель начальника управления - начальник отдела Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

рассмотрев дело № РЦ.08.08.06 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации по факту проведения рекламной кампании под условным названием "Упаковка с огоньком" в наружной рекламе в ряде российских городов, на стикерах в мужских туалетах аэропортов Шереметьево-1 и Шереметьево-2, магазинов сети "Рамстор", торгового центра "Трамплин" в июле-сентябре 2007 года, в журналах: "Playboy", "Men's Health" и "За рулем", за ноябрь 2007 года,

в присутствии представителей:

заявителя:

компании "Пфайзер Интернэшнл ЭлЭлСи" (адрес: 109147, г. Москва, Ул. Таганская, д.21) - Корнеевой О.Н. (доверенность № б/н от 13.02.2009), Даниловой Л.И.

(доверенность № б/н от 06.12.2007);

лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

ЗАО "АО Шеринг" (адрес: 129090, г. Москва, Ул. Дурова, д. 26/1) - Каретникова О.В. (доверенность № б/н от 18.02.2009), Тарасовой С.В. (доверенность № б/н от 20.03.2008), Гаворкян М.В. (доверенность № б/н от 18.02.2009);

ЗАО "Проксимити" (адрес: 4-я Тверская-Ямская, 20/1, г. Москва, 125047, ОГРН 1057747131925, ИНН 7710586350) - Кочаровской А.В. (доверенность № б/н от 19.05.2008);

ЗАО "ОМД Медиа Дирекшн" (адрес: Дербеневская наб., 7, корп.10, БЦ "Новоспасский двор", г. Москва, 115114) - Харчевной И.В. (доверенность № б/н от 19.05.2008), Кочаровской А.В. (доверенность № б/н от 19.05.2008);

ООО "Издательство "За рулем" (адрес: Селиверстов пер., д.10, г. Москва, 107045) - Звездиной В.В. (доверенность №50 от 20.05.2008);

ООО "Юнайтед Пресс" (адрес: ул. Полковная 3, стр.1 г. Москва, 127018) - Борисова С.В. (доверенность № б/н от 01.01.2009);

ЗАО "Издательский дом "Бурда" (адрес: ул. Полковная 3, стр.4, г. Москва, 127018) - Косаревой Е.Е. (доверенность № б/н от 17.12.2008), Андреаса Р.З. (доверенность № б/н от 17.12.2008),

УСТАНОВИЛА:

Производство по делу № РЦ.08.08.06 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе было приостановлено 24 июня 2008 в связи с необходимостью проведения социологического опроса в целях выяснения ассоциативного восприятия потребителей рекламы "Упаковка с огоньком" и возобновлено 1 декабря 2008 года.

В рассмотрении дела № РЦ.08.08.06 объявлялись перерывы: 16 февраля 2009 г. объявлен перерыв до 24 февраля 2009 г. 10 часов 00 минут; 24 февраля 2009 г.

объявлен перерыв до 25 февраля 2009 г. 14 часов 45 минут.

В ФАС России поступило обращение московского представительства компании "Пфайзер Интернешнл ЭлЭлСи" с претензией к рекламной кампании "Упаковка с огоньком", распространявшейся в наружной рекламе в ряде российских городов, на стикерах в мужских туалетах аэропортов Шереметьево 1 и Шереметьево 2, магазинов сети "Рамстор", торгового центра "Трамплин" в июле-сентябре 2007 года, в журналах "Playboy", "Men's Health", "За рулем" за ноябрь 2007 года.

В рекламных модулях содержится изображение сена, на котором находится коробка бело-оранжево-фиолетового цвета со стилизованным изображением пламени и надписью "Упаковка с огоньком". Рекламные модули также содержат слоган: "Любовь не может ждать!" и тексты: "Спроси в аптеке про Упаковку с огоньком", "Узнайте про Упаковку с огоньком в аптеке..." и пр., телефон бесплатной горячей линии и указание на сайт

www.na-senovale.ru, на котором можно узнать про "Упаковку с огоньком".

По мнению заявителя - компании "Пфайзер Интернешнл ЭлЭлСи", указанная реклама является рекламой лекарственного средства "Левитра" рецептурной формы отпуска, и его реклама должна распространяться в соответствии с требованиями части 8 статьи 24 Федерального закона "О рекламе".

ЗАО "АО Шеринг" пояснил, что объектом рекламирования в указанной кампании является набор информационных материалов по проблемам эректильной дисфункции, изображенный на макетах в виде коробки, содержащей надпись "Упаковка с огоньком" и изображение языка пламени. По мнению ЗАО "АО Шеринг", рекламная компания "Упаковка с огоньком" носит справочно-информационный характер и рекламой препарата "Левитра" не является.

Вместе с тем, содержащиеся в рекламе "Упаковка с огоньком" такие изображения, как стилизованный огонек (язычок пламени) на коробке "Упаковка с огоньком", цветовая гамма (белый/оранжевый/фиолетовый), использованная в рекламе для оформления коробки "Упаковка с огоньком", идентичны средствам индивидуализации, используемым в оформлении упаковки лекарственного средства "Левитра".

В целях выяснения вопроса о восприятии потребителями рекламной кампании "Упаковка с огоньком" и выявления наличия ассоциативной связи указанной рекламы с лекарственным средством "Левитра" ОАО "ВЦИОМ" по заданию ФАС России провел социологическое исследование "Ассоциативная оценка потребителями рекламной кампании "Упаковка с огоньком".

Социологическое исследование проводилось по методу личного формализованного интервью, респондентами в котором выступали мужчины. Согласно отчету об исследовании 42,5% респондентов, отвечая на открытый вопрос: что рекламируется в рекламе "Упаковка с огоньком"?, считают, что в исследуемой рекламе рекламируется медицинский препарат для повышения потенции и только 8% респондентов ответили, что рекламируются информационные материалы по проблемам эректильной дисфункции.

Из предложенных вариантов ответов на тот же вопрос 82,5% респондентов выбрали ответ, что в исследуемой рекламе рекламируется медицинский препарат для повышения потенции, и только 1,8% респондентов выбрали ответ, что рекламируются информационные материалы по проблемам эректильной дисфункции.

24% респондентов ранее слышали о препарате "Левитра", 89,6 % из них указали, что расценивают данную рекламу, как рекламу препарата "Левитра".

76 % респондентов ранее не слышали о препарате "Левитра". Таким респондентам демонстрировались упаковка лекарственного средства "Левитра" и реклама

"Упаковка с огоньком" и был задан вопрос: если бы Вы увидели в аптеке это лекарство, то Вы могли бы расценить эту рекламу, как рекламу препарата "Левитра"?

Почти половина респондентов - 48%, из тех, кто ничего не слышали о препарате "Левитра", расценили исследуемую рекламу, как рекламу медицинского препарата "Левитра", если бы увидели препарат в аптеке.

По результатам проведенного исследования в отчете ОАО "ВЦИОМ" сделано заключение о том, что в целом исследуемая реклама у потребителей ассоциируется с медицинским препаратом для повышения потенции и расценивается потребителями, как реклама медицинского препарата "Левитра". Таким образом, социологическое исследование подтверждает, что у большинства респондентов присутствует ассоциативная связь рекламы "Упаковки с огоньком" с рекламой препарата "Левитра".

Следовательно, указанная рекламная кампания носит целью продвижение на рынок лекарственного средства "Левитра" для лечения эректильной дисфункции. Соответственно, данная реклама является рекламой препарата "Левитра". Согласно регистрационному удостоверению № П N015037/01 от 16.12.2005 препарат "Левитра" зарегистрирован в установленном порядке, внесен в Государственный реестр лекарственных средств и разрешен к медицинскому применению на территории Российской Федерации как лекарственное средство рецептурной формы отпуска.

Распространение рекламы лекарственных средств, отпускаемых по рецепту врачей, должно осуществляться с учётом требований части 8 статьи 24 Федерального закона "О рекламе".

В соответствии с частью 8 статьи 24 Федерального закона "О рекламе" реклама лекарственных средств в формах и дозировках, отпускаемых по рецептам врачей, не допускается иначе как в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий и в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях.

К специализированным медицинским изданиям журналы "Playboy", "Men's Health", "За рулем" не относятся, а распространение рекламы "Упаковка с огоньком" на рекламных конструкциях и стикерах происходило в общественных местах, не являющихся местами проведения медицинских или фармацевтических мероприятий.

Учитывая изложенное, рекламная кампания "Упаковка с огоньком" рецептурного лекарственного средства "Левитра", распространявшаяся в наружной рекламе в ряде российских городов, в мужских туалетах аэропортов Шереметьево-1 и Шереметьево-2, магазинов сети "Рамстор", торгового центра "Трамплин" в июле-сентябре 2007 года, в журналах "Playboy", "Men's Health", "За рулем" за ноябрь 2007 года, противоречит требованиям части 8 статьи 24 Федерального закона "О рекламе".

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона "О рекламе" рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных статьей 24 Федерального закона "О рекламе".

В соответствии с частью 7 статьи 38 Федерального закона "О рекламе" рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных статьей 24 Федерального закона "О рекламе".

Рекламодателем указанной рекламы является ЗАО "АО Шеринг".

Рекламодателями указанной рекламы являются: ЗАО "Проксимити", ЗАО "ОМД Медиа Дирекшн", ООО "Издательство "За рулем", ООО "Юнайтед

Пресс", ЗАО "Издательский дом "Бурда".

Руководствуясь частью 8 статьи 24, пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ "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 "Упаковка с огоньком" рецептурного лекарственного средства "Левитра", поскольку в ней нарушены требования части 8 статьи 24 Федерального закона "О рекламе", а именно ее распространение осуществлялось в непредусмотренных законом местах и непредусмотренными способами на рекламных конструкциях в ряде российских городов, в мужских туалетах аэропортов Шереметьево-1 и Шереметьево-2, магазинов сети "Рамстор", торгового центра "Трамплин" в июле-сентябре 2007 года, в журналах "Playboy", "Men's Health", "За рулем" за ноябрь 2007 года.
2. Выдать ЗАО "АО Шеринг" предписание о прекращении нарушения части 8 статьи 24 Федерального закона "О рекламе".
3. Выдать ЗАО "Проксимити" предписание о прекращении нарушения части 8 статьи 24 Федерального закона "О рекламе".
4. Выдать ЗАО "ОМД Медиа Дирекшн" предписание о прекращении нарушения части 8 статьи 24 Федерального закона "О рекламе".
5. Выдать ООО "Издательство "За рулем" предписание о прекращении нарушения части 8 статьи 24 Федерального закона "О рекламе".
6. Выдать ООО "Юнайтед Пресс" предписание о прекращении нарушения части 8 статьи 24 Федерального закона "О рекламе".
7. Выдать ЗАО "Издательский дом "Бурда" предписание о прекращении нарушения части 8 статьи 24 Федерального закона "О рекламе".
8. Не передавать материалы дела уполномоченному должностному лицу ФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении в отношении ЗАО "АО Шеринг" в связи с истечением срока давности привлечения к административной ответственности за нарушения законодательства о рекламе

Решение изготовлено в полном объеме 13 марта 2009 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии А.Б. Кашеваров

Члены Комиссии : Т.Е. Никитина

И.И. Василенкова

ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе

по делу № РЦ.08.08.06

25 февраля 2009 г. г. Москва

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

Председатель Комиссии

Кашеваров А.Б. - заместитель руководителя ФАС России,

члены Комиссии:

Никитина Т.Е. - заместитель начальника Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции;

Василенкова И.И. - заместитель начальника управления - начальник отдела Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

на основании своего решения от 25 февраля 2009 г. по делу № РЦ.08.08.06 о признании ненадлежащей распространявшейся в наружной рекламе в ряде российских городов, на стикерах в мужских туалетах аэропортов Шереметьево-1 и Шереметьево-2, магазинов сети "Рамстор", торгового центра "Трамплин" в июле-сентябре 2007 года, в журналах: "Playboy", "Men's Health" и "За рулем", за ноябрь 2007 года, рекламы "Упаковка с огоньком" рецептурного лекарственного средства "Левитра", 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. ЗАО "АО Шеринг" (адрес: 129090, г. Москва, Ул. Дурова, д. 26/1) в пятнадцатидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение части 8 статьи 24 Федерального закона "О рекламе", а именно: прекратить распространять рекламу "Упаковка с огоньком" рецептурного лекарственного средства "Левитра" в неспециализированных медицинских изданиях и в общественных местах, не являющихся местами проведения медицинских или фармацевтических мероприятий.

2. ЗАО "АО Шеринг" представить в ФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 13 апреля 2009 года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе ФАС России вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 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 трёхсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Председатель Комиссии А.Б. Кашеваров

Члены Комиссии Т.Е. Никитина

И.И. Василенкова

ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе

по делу № РЦ.08.08.06

25 февраля 2009 г. г. Москва

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

Председатель Комиссии

Кашеваров А.Б. - заместитель руководителя ФАС России,

члены Комиссии:

Никитина Т.Е. - заместитель начальника Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции;

Василенкова И.И. - заместитель начальника управления - начальник отдела Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

на основании своего решения от 25 февраля 2009 г. по делу № РЦ.08.08.06 о признании ненадлежащей распространявшейся в наружной рекламе в ряде российских городов, на стикерах в мужских туалетах аэропортов Шереметьево-1 и Шереметьево-2, магазинов сети "Рамстор", торгового центра "Трамплин" в июле-сентябре 2007 года, в журналах: "Playboy", "Men's Health" и "За рулем", за ноябрь 2007 года, рекламы "Упаковка с огоньком" рецептурного лекарственного средства "Левитра", 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. ЗАО "Издательский дом "Бурда" (адрес: ул. Полковная 3, стр.4, г. Москва, 127018) в пятнадцатидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение части 8 статьи 24 Федерального закона "О рекламе", а именно: прекратить распространять рекламу "Упаковка с огоньком" рецептурного лекарственного средства "Левитра" в журнале "Playboy".

2. ЗАО "Издательский дом "Бурда" представить в ФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 13 апреля 2009 года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе ФАС России вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 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 трёхсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Председатель Комиссии А.Б. Кашеваров

Члены Комиссии Т.Е. Никитина

И.И. Василенкова

ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе

по делу № РЦ.08.08.06

25 февраля 2009 г. г. Москва

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

Председатель Комиссии

Кашеваров А.Б. - заместитель руководителя ФАС России,

члены Комиссии:

Никитина Т.Е. - заместитель начальника Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции;

Василенкова И.И. - заместитель начальника управления - начальник отдела Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

на основании своего решения от 25 февраля 2009 г. по делу № РЦ.08.08.06 о признании ненадлежащей распространявшейся в наружной рекламе в ряде российских городов, на стикерах в мужских туалетах аэропортов Шереметьево-1 и Шереметьево-2, магазинов сети "Рамстор", торгового центра "Трамплин" в июле-сентябре 2007 года, в журналах: "Playboy", "Men's Health" и "За рулем", за ноябрь 2007 года, рекламы "Упаковка с огоньком" рецептурного лекарственного средства "Левитра", 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. ЗАО "ОМД Медиа Дирекшн" (адрес: Дербеневская наб., 7, корп.10, БЦ "Новоспасский двор", г. Москва, 115114) в пятнадцатидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение части 8 статьи 24 Федерального закона "О рекламе", а именно: прекратить распространять рекламу "Упаковка с огоньком" рецептурного лекарственного средства "Левитра" в общественных местах, не являющихся местами проведения медицинских или фармацевтических мероприятий.
2. ЗАО "ОМД Медиа Дирекшн" представить в ФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 13 апреля 2009 года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе ФАС России вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 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 трёхсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Председатель Комиссии А.Б. Кашеваров

Члены Комиссии Т.Е. Никитина

И.И. Василенкова

ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения законодательства
Российской Федерации о рекламе
по делу № РЦ.08.08.06

25 февраля 2009 г. г. Москва

Комиссия ФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения

законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии

Кашеваров А.Б. - заместитель руководителя ФАС России,

члены Комиссии:

Никитина Т.Е. - заместитель начальника Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции;

Василенкова И.И. - заместитель начальника управления - начальник отдела Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

на основании своего решения от 25 февраля 2009 г. по делу № РЦ.08.08.06 о признании ненадлежащей распространявшейся в наружной рекламе в ряде российских городов, на стикерах в мужских туалетах аэропортов Шереметьево-1 и Шереметьево-2, магазинов сети "Рамстор", торгового центра "Трамплин" в июле-сентябре 2007 года, в журналах: "Playboy", "Men's Health" и "За рулем", за ноябрь 2007 года, рекламы "Упаковка с огоньком" рецептурного лекарственного средства "Левитра", 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. ЗАО "Проксимити" (адрес: 4-я Тверская-Ямская, 20/1, г. Москва, 125047) в пятнадцатидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение части 8 статьи 24 Федерального закона "О рекламе", а именно: прекратить распространять рекламу "Упаковка с огоньком" рецептурного лекарственного средства "Левитра" в общественных местах, не являющихся местами проведения медицинских или фармацевтических мероприятий.

2. ЗАО "Проксимити" представить в ФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 13 апреля 2009 года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе ФАС России вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 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 трёхсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Председатель Комиссии А.Б. Кашеваров

Члены Комиссии Т.Е. Никитина

И.И. Василенкова

ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения законодательства
Российской Федерации о рекламе
по делу № РЦ.08.08.06

25 февраля 2009 г. г. Москва

Комиссия ФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения

законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии

Кашеваров А.Б. - заместитель руководителя ФАС России,

члены Комиссии:

Никитина Т.Е. - заместитель начальника Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции;

Василенкова И.И. - заместитель начальника управления - начальник отдела Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

на основании своего решения от 25 февраля 2009 г. по делу № РЦ.08.08.06 о признании ненадлежащей распространявшейся в наружной рекламе в ряде российских городов, на стикерах в мужских туалетах аэропортов Шереметьево-1 и Шереметьево-2, магазинов сети "Рамстор", торгового центра "Трамплин" в июле-сентябре 2007 года, в журналах: "Playboy", "Men's Health" и "За рулем", за ноябрь 2007 года, рекламы "Упаковка с огоньком" рецептурного лекарственного средства "Левитра", 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 "Издательство "За рулем" (адрес: Селиверстов пер., д.10, г. Москва, 107045) в пятнадцатидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение части 8 статьи 24 Федерального закона "О рекламе", а именно: прекратить распространять рекламу "Упаковка с огоньком" рецептурного лекарственного средства "Левитра" в журнале "За рулем".

2. ООО "Издательство "За рулем" представить в ФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 13 апреля 2009 года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе ФАС России вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 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 трёхсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Председатель Комиссии А.Б. Кашеваров

Члены Комиссии Т.Е. Никитина

И.И. Василенкова

ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения законодательства
Российской Федерации о рекламе
по делу № РЦ.08.08.06

25 февраля 2009 г. г. Москва

Комиссия ФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения

законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии

Кашеваров А.Б. - заместитель руководителя ФАС России,

члены Комиссии:

Никитина Т.Е. - заместитель начальника Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции;

Василенкова И.И. - заместитель начальника управления - начальник отдела Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

на основании своего решения от 25 февраля 2009 г. по делу № РЦ.08.08.06 о признании ненадлежащей распространявшейся в наружной рекламе в ряде российских городов, на стикерах в мужских туалетах аэропортов Шереметьево-1 и Шереметьево-2, магазинов сети "Рамстор", торгового центра "Трамплин" в июле-сентябре 2007 года, в журналах: "Playboy", "Men's Health" и "За рулем", за ноябрь 2007 года, рекламы "Упаковка с огоньком" рецептурного лекарственного средства "Левитра", 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 "Юнайтед Пресс" (адрес: ул. Полковная 3, стр.1 г. Москва, 127018) в пятнадцатидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение части 8 статьи 24 Федерального закона "О рекламе", а именно: прекратить распространять рекламу "Упаковка с огоньком" рецептурного лекарственного средства "Левитра" в журнале "Men's Health".

2. ООО "Юнайтед Пресс" представить в ФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 13 апреля 2009 года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе ФАС России вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 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 трёхсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Председатель Комиссии А.Б. Кашеваров

Члены Комиссии Т.Е. Никитина

И.И. Василенкова