

## Определение об объединении

Исх. РБ-08/5552 от 10.04.2015

рассмотрев материалы дела №08-39/2015, по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в отношении ООО «Алан Клиник» (420107, г. Казань, ул. Островского, д. 57а; ИНН 1655161900),

материалы дела № 08-40/2015, по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в отношении ООО «Алан Клиник» (420107, г. Казань, ул. Островского, д. 57а; ИНН 1655161900),

материалы дела № 08-41/2015, по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в отношении ООО «Алан Клиник» (420107, г. Казань, ул. Островского, д. 57а; ИНН 1655161900),

признала необходимым объединить указанные дела в одном производстве. На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктом 33 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

Установила:

В соответствии со статьями 33 Федерального закона от 13.03.06. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – Закон о рекламе) Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее по тексту – Управление) осуществляет в пределах своих полномочий государственный надзор за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе.

По результатам проведения плановой выездной проверки ООО «Алан Клиник» на предмет соблюдения норм Закона о рекламе Управлением установлен факт распространения в газетах «PRO Город TV» №9(166) от 01.03.2014 г. и «PRO Город TV» №14(171) от 05.04.2014 г. рекламы с текстом: «Алан Клиник... простатит, урология европейского уровня, круглосуточно тел.: 5556555...», в газете «PRO Город TV» №17(174) от 26.04.2014 г. рекламы с текстом: «Алан Клиник... проктология, урология работаем в праздничные дни тел.: 5556555...», содержащие нарушения части 7 статьи 24 Закона о рекламе.

На основании проведенной проверки ООО «Алан Клиник» членами инспекции Управления был составлен акт от 19.11.2014 г. (исх. № РБ-08/19380 от 12.12.2014 г.).

На территории Российской Федерации требования к рекламе лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, методов народной медицины устанавливаются статьей 24 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 7 статьи 24 названного закона 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).

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе реклама – это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с помощью 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.

Информация, размещенная в газетах «PRO Город TV» №9(166) от 01.03.2014 г. и «PRO Город TV» №14(171) от 05.04.2014 г. рекламы с текстом: «Алан Клиник... простатит, урология европейского уровня, круглосуточно тел.: 5556555...», в газете «PRO Город TV» №17(174) от 26.04.2014 г. рекламы с текстом: «Алан Клиник... проктология, урология работаем в праздничные дни тел.: 5556555...» содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; распространена в печатном издании; преследует строго заданные цели информирования: продвижение на рынке, призвана формировать и поддерживать интерес к услугам, предоставляемым соответствующим рекламодателем.

Исходя из анализа представленных ООО «Алан Клиник» документов следует, что учредителем информационно-рекламного СМИ «PRO Город-ТВ» является общество с ограниченной ответственностью «Газета про Казань». Редакцией СМИ является ИП <...> – самостоятельное лицо, осуществляющее подготовку редакционных материалов и выпуск средства массовой информации в соответствии со статьей 19 Федерального закона «О средствах массовой информации».

Между ООО «Газета про Казань» и ИП <...> был заключен договор купли-продажи рекламных мест от 18.11.2013 г., согласно которому ИП <...> приобретает у ООО «Газета про Казань» в собственность рекламные площади. По данному договору ИП <...> может использовать рекламные площади по своему усмотрению, в том числе вправе продавать их третьим лицам без согласия продавца, а также размещать рекламу третьих лиц.

В период с 01.12.2013 г. по 07.11.2014 г. в СМИ «PRO Город-ТВ» были размещены рекламные материалы ООО «Алан Клиник».

Данные рекламные материалы были размещены на основании агентского договора от 10.12.2013 г., заключенного между ИП <...> (Принципал) и ИП <...> (Агент). Согласно п. 1.1. указанного договора Агент, действуя в интересах Принципала, обязуется за вознаграждение совершать от своего имени, но за счет Принципала сделки с рекламодателями по распространению рекламы в СМИ «PRO Город-ТВ», а также осуществлять иные действия в целях исполнения договора. Из пункта 2.3.1. договора следует, что Принципал обязуется разработать и разместить в СМИ «PRO Город-ТВ» рекламные материалы в соответствии с заявками Агента.

Реклама, размещенная в газете «PRO Город TV» №9(166) от 01.03.2014 г. с текстом: «Алан Клиник... простатит, урология европейского уровня, круглосуточно тел.: 5556555...» распространялась на основании заключенного между ООО «Алан Клиник» и ИП <...> договора, услуги по которому оплачены полностью, что подтверждается счетом №429 от 20.03.2014 г. и платежным поручением №240 от 27.03.2014 г.

Реклама, размещенная на странице 1 в газете «PRO Город TV» №14(171) от 05.04.2014 г. с текстом: «Алан Клиник... простатит, урология европейского уровня, круглосуточно тел.: 5556555...» распространялась на основании заключенного между ООО «Алан Клиник» и ИП <...> договора, услуги по которому оплачены полностью, что подтверждается счетом №626 от 23.04.2014 г. и платежным поручением №337 от 29.04.2014 г.

Реклама, размещенная в газете «PRO Город TV» №17(174) от 26.04.2014 г. с текстом: «Алан Клиник... проктология, урология работаем в праздничные дни тел.: 5556555...» распространялась на основании заключенного между ООО «Алан Клиник» и ИП <...> договора, услуги по которому оплачены полностью, что подтверждается счетом №626 от 23.04.2014 г. и платежным поручением №337 от 29.04.2014 г.

Таким образом, из сложившихся договорных отношений следует, что рекламодателем вышеуказанной рекламы является ООО «Алан Клиник», рекламодателем и рекламопроизводителем – ИП <...>

Потребителями рассматриваемой рекламы не являются исключительно медицинские и фармацевтические работники, следовательно, на данную рекламу распространяются требования части 7 статьи 24 Закона о рекламе.

Поскольку вышеуказанная реклама не сопровождалась предупреждением о наличии противопоказаний и необходимости получения консультации специалистов, Управление пришло к выводу, что рассматриваемая реклама распространялась в нарушение требований части 7 статьи 24 Закона о рекламе.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации является ненадлежащей.

Из положений частей 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе следует, что за нарушение требований части 7 статьи 24 Закона «О рекламе» несет ответственность рекламодатель и рекламораспространитель.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона о рекламе рекламодатель – это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламораспространитель – это лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В целях полного, всестороннего и объективного рассмотрения дела №08-39/2015, дела №08-40/2015, дела №08-41/2015, возбужденных по результатам проведения плановой выездной проверки ООО «Алан Клиник» на предмет соблюдения норм Закона о рекламе, на основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36

Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 3.46, 3.50 Приказа ФАС РФ от 23.11.2012г. № 711/12 «Об утверждении Административного регламента ФАС по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе»,

Определила:

1.Объединить дело №08-39/2015, дело №08-40/2015, дело №08-41/2015, в одном производстве.

2.Присвоить объединенному делу №08-41/2015.

3.Назначить рассмотрение дела на 21 апреля 2015 г. в 10 час. 00 мин. по адресу: г. Казань, ул. Московская, д.55, 2-й этаж, зал заседаний.

Явка законного представителя ООО «Алан Клиник» или представителя с доверенностью для участия в конкретном делопроизводстве, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна.