

РЕШЕНИЕ
по делу № 06-10.1/01-2010

21 января 2010 года
г. Омск

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

председатель Комиссии – Шаров В.А., заместитель руководителя Омского УФАС России,

члены Комиссии:

Шмакова Т.П. – начальник отдела контроля размещения государственного заказа;

Морозов А.А. – начальник отдела рекламы;

Каймакова А.В. – главный специалист – эксперт отдела рекламы;

Цынгалова Е.А. – ведущий специалист - эксперт отдела рекламы;

Невойт Е.А. – специалист 1 разряда отдела рекламы,

рассмотрев дело № 06-10.1/01-2010 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения в еженедельнике «Домашняя газета (Омск)» № 36 (036) от 28 октября 2009 года рекламы:

1) различных товаров и услуг без пометки «реклама» или «на правах рекламы» в периодическом печатном издании, не специализирующемся на сообщениях и материалах рекламного характера;

2) по искусственному прерыванию беременности без предупреждения о возможности наступления вредных последствий для здоровья женщины;

3) медицинских услуг без предупреждения о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению,

УСТАНОВИЛА:

1. В результате проверки рекламы, размещенной в печатных СМИ, специалистом управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области 05 ноября 2009 года выявлены факты распространения в еженедельнике «Домашняя газета (Омск)» № 36 (036) от 28 октября 2009 года, следующей рекламы:

- на страницах 1, 28, 29, 32 распространяется реклама различных товаров и услуг («Такси Россия», «АСК-Евроокно», «Новолит», «Салон «Имидж», «Стоматология «Оптима», «Восстановительный центр лечения», «Бетар Сибирь», «Технология») без пометки «реклама» или «на правах рекламы»;

- на странице 25 размещена реклама: «Клиника доктора Яковлева. Половые инфекции, простатиты. Лечение воспалений, аборт. Стоматология, лечение, протезирование, имплантация. Требуется конс. специалиста. Исключить противопоказания т. 76-45-00 Лиц. ЛО 55-01-0000-98» без предупреждения о возможности наступления вредных последствий для здоровья женщины;

- на странице 31 размещена реклама: «Профессор, доктор Могилевский А.Г. Лечит хронич. алкоголизм, табакокурение, изб. вес (новые технологии). тел. 37-61-37.» без предупреждения о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению;

- на странице 29 размещена реклама: «Центр восстановительного лечения. 10 лет Октября, 43, т. 37-18-11, 37-18-33 www.spina-golova.ru. Комплексное лечение заболеваний: остеохондроза, сколиоза и нарушения осанки, грыжи дисков (без операции), головной боли, головокружения, шума в ушах, артрозов. Подарочные сертификаты. Возвращаем свободу и радость движения. Консультации узких специалистов. Массаж (антицелюлитный, лечебный, оздоровительный и др.). Мануальная терапия. Рефлексотерапия. Вытяжение позвоночника. Инфракрасная сауна» без предупреждения о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению.

2. Согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации , в качестве средства массовой информации зарегистрирована газета «Домашняя газета «Омск». Специализация газеты «Информационно-аналитическая реклама до 40%».

В соответствии со статьей 16 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «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».

На основании изложенного, реклама различных товаров и услуг, распространенная на страницах 1, 28, 29, 32 («Такси Россия», «АСК-Евроокно», «Новолит», «Салон «Имидж», «Стоматология «Оптима», «Восстановительный центр лечения», «Бетар Сибирь», «Технология») без соответствующей пометки, содержит нарушение статьи 16 Федерального закона «О рекламе».

3. На основании отраслевого классификатора «Простые медицинские услуги», утвержденного приказом Министерства здравоохранения Российской Федерации от 10 апреля 2001 г. № 113, медицинская услуга - это мероприятие или комплекс мероприятий, направленных на профилактику заболеваний, их диагностику и лечение, имеющих самостоятельное законченное значение и определенную стоимость.

Согласно номенклатуре работ и услуг в здравоохранении, утвержденной Министерством здравоохранения и социального развития РФ 12 июля 2004 г., услуги по лечению алкоголизма, табакокурения относятся к сложным медицинским услугам раздел 036 «психотерапия - наркология»; услуги по лечению заболеваний: остеохондроза, сколиоза и нарушения осанки, головной боли, головокружения, шума в ушах, артрозов относятся к сложным медицинским услугам разделы 023 (неврология), 022 (мануальная терапия), 041 (рефлексотерапия); массаж относится к простым медицинским услугам раздел 021 (лечение с помощью простых физических воздействий на

пациента).

В силу части 7 статьи 24 Федерального закона «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, при этом предупреждению должно быть отведено не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

На основании изложенного, реклама медицинских услуг, распространенная на странице 31 (лечение алкоголизма, табакокурения, избыточного веса и т.д. - доктор Могилеский А.Г.); странице 29 (комплексное лечение заболеваний: остеохондроза, сколиоза, мануальной терапии и т.д. – «Центр восстановительного лечения») без соответствующей пометки, содержит нарушение части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

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

В рекламе услуг клиники доктора Яковлева, размещенной на странице 25 еженедельника «Домашняя газета (Омск)» № 36 (036) от 28 октября 2009 года содержится информация о проведении абортов.

Слово «аборт» согласно толковому словарю (С.И. Ожегов и Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений/Российская академия наук. Институт русского языка имени В.В. Виноградова. – 4-е изд., дополненное. – М.: «А ТЕМП», 2004, с.410) означает «преждевременное прерывание беременности, самопроизвольное или искусственное».

Таким образом, указанная реклама содержит информацию об искусственном прерывании беременности, однако в нарушение части 11 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» не содержит предупреждение о возможности наступления вредных последствий для здоровья женщины.

На заседании Комиссии должностное лицо еженедельника «Домашняя газета (Омск)» пояснил, что с нарушениями согласен частично и считает, что нарушения части 11 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» в рекламе по искусственному прерыванию беременности («аборты») клиники доктора Яковлевой не было, поскольку в рекламном модуле была пометка о необходимости обращаться к врачу для исключения противопоказаний.

Комиссия отмечает, что в данном рекламном модуле, содержащем одновременно рекламу иных видов медицинских услуг, оказываемых клиникой доктора Яковлева, действительно имелось предупреждение: «Требуется консультация специалиста. Исключить противопоказания».

Вместе с тем, комиссия Омского УФАС России не может согласиться с вышеуказанной позицией, поскольку вид предупреждения, на который он сослался, предусмотрен иной нормой Федерального закона – частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» и относится к иным видам медицинских услуг, в то время как реклама услуг по искусственному

прерыванию беременности регламентирована частью 11 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», предусматривающей предупреждение о возможности наступления вредных последствий для здоровья женщины.

5. По определению (пункт 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

На основании изложенного, вышеуказанная реклама является ненадлежащей.

На запрос Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (исх. № 06-30 от 12.01.2010г.) должностное лицо еженедельника «Домашняя газета (Омск)» представлены пояснения (вх. № 06-282 от 19.01.2010г.) о том, что у редакции нет собственного отдела продаж рекламы, размещение рекламных материалов происходило по агентскому договору с ООО «Эдванс Консалтинг Групп». На основании данного договора агентство предоставляет редакции готовые рекламные модули и напрямую контактирует с рекламодателями. Все рекламные модули должны соответствовать требованиям законодательства РФ «О рекламе». В самой редакции нет соответствующего рекламного обеспечения и специалистов для корректировки данных модулей.

Вместе с тем, из агентского договора следует, что данный договор заключен между ООО «Домашняя газета (Омск)» (далее - Принципал) и ООО «Эдванс Консалтинг Групп» (далее - Агент), и согласно пункту 2.1. данного договора Агент обязуется совершать действия по поиску и заключению договора с организациями и гражданами на размещение рекламных и информационных материалов в периодическом печатном издании «Домашняя газета (Омск)» и сведения о том, что ООО «Эдванс Консалтинг Групп» представляет редакции готовые рекламные модули в тексте агентского договора отсутствует.

В силу части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных статьей 16, частями 7 и 11 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

По определению (пункт 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») редакция еженедельника «Домашняя газета (Омск)» является рекламодателем, т.е. лицом, осуществляющим распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, следовательно, несет ответственность за размещение ненадлежащей рекламы.

В соответствии со статьей 19 Закона «О средствах массовой информации» главный редактор представляет редакцию в отношениях с учредителем, издателем, распространителем, гражданами, объединениями граждан, предприятиями, учреждениями, организациями, государственными органами, а также в суде. Он несет ответственность за выполнение требований, предъявляемых к деятельности средства массовой информации настоящим Законом и другими законодательными актами Российской Федерации, в том числе ответственность за нарушение правил

распространения рекламы (статья 60 Закона «О средствах массовой информации»).

Согласно приказу директора ООО «Домашняя газета (Омск)» (..) назначен на должность (...) еженедельника «Домашняя газета (Омск)».

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона и в соответствии с пунктами 37 - 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу:

- различных товаров и услуг («Такси Россия», «АСК-Евроокно», «Новолит», «Салон «Имидж», «Стоматология «Оптима», «Восстановительный центр лечения», «Бетар Сибирь», «Технология»), размещенную без пометки «реклама» или «на правах рекламы» в периодическом печатном издании, не специализирующемся на сообщениях и материалах рекламного характера, нарушающую статью 16 Федерального закона «О рекламе»;

- по искусственному прерыванию беременности «аборты» (Клиника доктора Яковлева) без предупреждения о возможности наступления вредных последствий для здоровья женщины, нарушающую часть 11 статьи 24 Федерального закона «О рекламе»;

- медицинских услуг «лечение алкоголизма, табакокурения, избыточного веса» (доктор Могилевский А.Г.); «комплексное лечение заболеваний: остеохондроза, сколиоза, мануальной терапии и т.д.» (Центр восстановительного лечения) без предупреждения о наличии противопоказаний к их применению, нарушающую часть 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать должностному лицу еженедельника «Домашняя газета (Омск)» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Омского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении в отношении должностного лица еженедельника «Домашняя газета (Омск)» по статье 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Председатель Комиссии:

В.А. Шаров

Члены Комиссии:

Т.П. Шмакова

А.А. Морозов

А.В. Каймакова

Е.А. Цынгалова

Е.А. Невойт

ПРЕДПИСАНИЕ
о прекращении нарушения законодательства
Российской Федерации о рекламе
по делу № 06-10.1/01-2010

21 января 2010 года

г. Омск

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

председатель Комиссии – Шаров В.А., заместитель руководителя Омского УФАС России, члены Комиссии:

Шмакова Т.П. – начальник отдела контроля размещения государственного заказа;

Морозов А.А. – начальник отдела рекламы;

Каймакова А.В. – главный специалист – эксперт отдела рекламы;

Цынгалова Е.А. – ведущий специалист - эксперт отдела рекламы;

Невойт Е.А. – специалист 1 разряда отдела рекламы,

на основании своего решения от 21 января 2010 года по делу № 06-10.1/01-2010 о признании ненадлежащей рекламы, распространяемой в еженедельнике «Домашняя газета (Омск)»:

- на страницах 1, 28, 29, 32 реклама различных товаров и услуг («Такси Россия», «АСК-Евроокно», «Новолит», «Салон «Имидж», «Стоматология «Оптима», «Восстановительный центр лечения», «Бетар Сибирь», «Технология»), без пометки «реклама» или «на правах рекламы», нарушающей статью 16 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»);

- на странице 25 «Клиника доктора Яковлева. Половые инфекции, простатиты. Лечение воспалений, аборты. Стоматология, лечение, протезирование, имплантация. Требуется конс. специалиста. Исключить противопоказания т. 76-45-00 Лиц. ЛО 55-01-0000-98», нарушающей часть 11 статьи 24 Федерального закона «О рекламе»;

- на странице 31 «Профессор, доктор Могилевский А.Г. Лечит хронич. алкоголизм, табакокурение, изб. вес (новые технологии). тел. 37-61-37» и на странице 29 «Центр восстановительного лечения. 10 лет Октября, 43, т. 37-18-11, 37-18-33 www.spina-golova.ru. Комплексное лечение заболеваний: остеохондроза, сколиоза и нарушения осанки, грыжи дисков (без операции), головной боли, головокружения, шума в ушах, артрозов. Подарочные сертификаты. Возвращаем свободу и радость движения. Консультации узких специалистов. Массаж (антицелюлитный, лечебный, оздоровительный и др.). Мануальная терапия. Рефлексотерапия. Вытяжение позвоночника. Инфракрасная сауна», нарушающей часть 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе»,

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, пунктом 3.56.1. Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Должностному лицу еженедельнике «Домашняя газета (Омск)» , в срок **до 08 февраля 2010 года**, прекратить нарушение статьи 16, частей 7 и 11 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», а именно:

- распространение рекламы в еженедельнике «Домашняя газета (Омск)» сопровождать пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы»;

- в рекламу по искусственному прерыванию беременности «аборты» (Клиника доктора Яковлева) внести предупреждение о возможности наступления вредных последствий для здоровья женщины;

- в рекламу медицинских услуг (лечение алкоголизма, табакокурения, избыточного веса и т.д. - доктор Могилевский А.Г.; комплексное лечение заболеваний: остеохондроза, сколиоза, мануальной терапии и т.д. – «Центр восстановительного лечения») внести предупреждение о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, и такому предупреждению должно быть отведено не менее пяти процентов рекламной площади (рекламного пространства).

2. Должностному лицу еженедельника «Домашняя газета (Омск)» представить в Омское УФАС России доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания **до 16 февраля 2010 года**.

Председатель Комиссии:

В.А. Шаров

Члены Комиссии:

Т.П. Шмакова

А.А. Морозов

А.В. Каймакова

Е.А. Цынгалова

Е.А. Невойт