

РЕШЕНИЕ

«12» марта 2010 г. г. Брянск

Комиссия Брянского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:
председатель Комиссии:

Рогачев В.С. – руководитель Брянского УФАС России,
члены Комиссии:

Новикова Н.А. – зам. руководителя - начальник отдела естественных монополий и рекламы,
Карсунцева О.М. – государственный инспектор отдела естественных монополий и рекламы,

рассмотрев дело №43 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, выразившегося в размещении ООО «Юнайтед Пресс» рекламы алкогольной продукции, с нарушением требований ч.3 ст. 21 и рекламы лекарственных средств, с нарушением п.6 ч.1 и ч.7 ст.24 ФЗ от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» в отсутствие представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО «Юнайтед Пресс»

УСТАНОВИЛА:

В журнале «Men'sHealth» за март 2010 года сотрудниками Брянского УФАС обнаружена следующая рекламная информация:

1. на странице 118 размещена статья под названием ДОПИНГ «будь умником – используй специальные добавки». В данной статье содержится рекламная информация лекарственного препарата «Винпоцетин», который (из содержания статьи) следует принимать для сообразительности. Также описывается действие указанного препарата: «Винпоцетин – это экстракт барвинка малого, который улучшает мозговое кровообращение. Всего 40 мг в день – и твоей реакции позавидует Супермен».

Указанная рекламная статья нарушает требования п.6 части 1 статьи 24 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. №38-ФЗ, в соответствии с которой реклама лекарственных средств не должна способствовать созданию у здорового человека впечатления о необходимости применения объекта рекламирования; также рассматриваемая статья нарушает ч.7 ст. 24 «ФЗ «О рекламе», согласно которой 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 их применению или получения необходимой 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 семь процентов рекламной площади (рекламного пространства).

2. на странице 131 в рубрике «Что привезти из Италии» содержится реклама ликеров Mirto di Sardegna и Limoncello с изображением бутылок и описанием свойств данных алкогольных напитков, что нарушает требования ч.3 ст.21 ФЗ «О рекламе», в соответствии с которой реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

В рассматриваемых рекламных статьях отсутствует пометка «реклама» или «на правах» рекламы в нарушение требований ст.16 ФЗ «О рекламе». Согласно ст. 16 ФЗ «О рекламе» от 13 марта 2006г. размещение текста рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должна сопровождаться пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы». Объем рекламы в таких изданиях должен составлять не более чем сорок процентов объема одного номера периодических печатных изданий. Требования о соблюдении указанного объема не распространяются на периодические печатные издания, которые зарегистрированы в качестве специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера и на обложке и в выходных данных которых содержится информация о такой специализации.

Согласно ст. 3 ФЗ «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; рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, любой форме и с использованием любых средств; рекламодатель-изготовитель или продавец товара либо иное лицо определившее объект рекламирования и (или) содержания рекламы.

Как следует из объяснений ООО «Юнайтед Пресс» указанные рекламные материалы были размещены по инициативе издателя, следовательно общество изготовило рекламную статью и определило объект рекламирования. Таким образом издатель и учредитель журнала «Men'sHealth» - ООО «Юнайтед Пресс» является рекламодателем и рекламоизготовителем и рекламораспространителем.

В соответствии с ч. 6 и ч. 7 ст. 38 ответственность за данное нарушение несет рекламораспространитель и рекламодатель соответственно.

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 алкогольной продукции ликеров Mirto di Sardegna и Limoncello, с использованием изображения бутылок данного алкогольного напитка, размещенную ООО «Юнайтед Пресс», с нарушением требований ст.16, ч.3 ст. 21 ФЗ от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе», а также – рекламу лекарственного средства «Винпоцетин», с нарушением требований ст. 16, п.6 ч.1 и ч.7 ст.24 ФЗ «О рекламе».

2.Выдать предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3.Возбудить дело об административном правонарушении.

Решение изготовлено в полном объеме "15" марта 2010 г.

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

Председатель Комиссии: В.С. Рогачев

Члены Комиссии: Н.А. Новикова

О.М. Карсунцева

ПРЕДПИСАНИЕ
О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

«12» марта 2010 г. г. Брянск

Комиссия Брянского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:
председатель Комиссии:

Рогачев В.С. – руководитель Брянского УФАС России,

члены Комиссии:

Новикова Н.А. –зам. руководителя - начальник отдела естественных монополий и рекламы;

Карсунцева О.М. – государственный инспектор отдела о естественных монополиях и рекламы, на основании своего решения от «12» марта 2010 г. по делу № 43 о признании ненадлежащей рекламы алкогольной продукции (Mirto di Sardegna и Limoncello) и рекламы лекарственных средств (Винпоцетин), размещенной в журнале «Mens'sHealth» март 2010 г. с нарушением требований ч.3 ст.21 ФЗ и п. 6 ч.1 и ч.7 ст.24 соответственно, а также с нарушением ст.16 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «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,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ООО «Юнайтед Пресс» в десятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: привести рекламную информацию алкогольной продукции и лекарственных средств, размещаемую в журнале «Mens'sHealth» в соответствие со ст.16, ч.3 ст.21, а также п.6 ч.1 и ч. 7 ст.24 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» и не допускать нарушения в дальнейшем.

2. ООО «Юнайтед Пресс» представить в Брянское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 2 апреля 2010 г.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Брянское УФАС России вправе в соответствии с пунктом 2 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от пятидесяти до ста минимальных размеров оплаты труда; на юридических лиц - от двух тысяч до пяти тысяч минимальных размеров оплаты труда.

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

Председатель Комиссии В.С. Рогачев

Члены Комиссии

Н.А. Новикова

О.М. Карсунцева