

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

<...>

рассмотрев дело №08-567/2014, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в отношении общества с ограниченной ответственностью «ЛДЦ «БИОМЕД» (420107, РТ, г. Казань, ул. Туфана Миннулина, д. 8, ИНН 1655081919) и , по факту размещения рекламы в печатном издании «Бизнес и экономика. Поволжье» выпуск №3 ноябрь 2013г. на странице 11 с текстом: «БИОМЕД» шагнул в «21 век...», которая содержит признаки нарушения части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ (далее Закон «О рекламе»), в присутствии представителя ООО ИД «Волга-Урал» по доверенности №24 от 30.09.2014г. <...> и представителя ООО ЛДЦ «Биомед» по доверенности №39 от 29.11.2013г. <...>,

установила:

Согласно ст.33, 34 Федерального закона «О рекламе» от 13 марта 2006 г. №38-ФЗ Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее - Управление) осуществляет в пределах своих полномочий государственный надзор за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе.

В соответствии с данными полномочиями Управлением установлен факт размещения рекламы в печатном издании «Бизнес и экономика. Поволжье» выпуск №3 ноябрь 2013г. на странице 11 с текстом следующего содержания: «БИОМЕД» шагнул в «21 век...», которая содержит признаки нарушения части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ (далее Закон «О рекламе»).

В пункте 1 статьи 3 Закона «О рекламе» дано понятие рекламы — это 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.

Информация, с текстом: «БИОМЕД» шагнул в «21 век...», распространявшаяся в печатном издании «Бизнес и экономика. Поволжье» выпуск №3 ноябрь 2013г. на странице 11 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; преследует строго заданные цели информирования: продвижение на рынке, призвана формировать и поддерживать интерес к услугам, предоставляемые соответствующим рекламодателем.

Рассматриваемая реклама была размещена ООО ИД «Волга-Урал» (рекламораспространитель) по заказу ООО ЛДЦ «БИОМЕД» (рекламодатель) на основании договора №55/13 от 21.10.2013г., услуги по данному договору оплачены полностью (платежное поручение №708 от 25.11.2013г.), заказчик претензий по объему, качеству и срокам оказания услуг не имел (акт выполненных работ №267 от 25.11.2013г.). Макет рекламы был надлежащим образом согласован между

рекламодателем и рекламораспространителем, что подтверждается Приложением №2 к договору №55/13 от 21.10.2013г. Должностным лицом, уполномоченном согласовывать рекламные макеты является директор ООО ИД «Волга-Урал» <...> и директор ООО ЛДЦ «Биомед» <...>.

Из представленного ООО ЛДЦ «Биомед» и ООО ИД «Волга-Урал» отзыва (вх. №10118 от 24.09.2014г. и вх. №10130 от 24.09.2014г.) на Определение о возбуждении дела №08-567/2014 (исх. №РБ-08/13966 от 16.09.2014г.) следует, что ООО ЛДЦ «Биомед» и ООО ИД «Волга-Урал» нарушение части 7 статьи 24 Закона «О рекламе» не признает, в доказательство чего приводит свой пример расчета процентов предупреждения о противопоказаниях в рассматриваемой рекламной статье: «... если пробел слева от статьи до текста считать в счет статьи, то правый пробел от текста до края полосы надо считать в счет предупреждения. Тогда ширина предупреждения равна 11 мм, а ширина самой статьи 198 мм, общая площадь $11+198=209$ мм. Отношение $11/209=0,053$ или 5,3%, что укладывается в норму в 5% и соответствует части 7 статьи 24 Закона «О рекламе».

Комиссия, изучив имеющиеся материалы дела №08-567/2014, приходит к следующим выводам.

К основным направлениям государственного контроля в сфере производства, размещения и распространения рекламы относятся предотвращение и пресечение ненадлежащей рекламы, способной ввести потребителей рекламы в заблуждение или нанести вред здоровью граждан.

Отношения в сфере рекламы независимо от места ее производства, если распространение рекламы осуществляется на территории Российской Федерации, регулируются Законом «О рекламе».

Согласно части 1 статьи 33 Закона «О рекламе» антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный надзор за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе возбуждает и рассматривает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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 Закона «О рекламе» 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). Вместе с тем, предупреждение о наличии

противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов в указанной статье составляет менее пяти процентов рекламной площади.

Таким образом, в Законе «О рекламе» содержится исчерпывающая формулировка предупредительной надписи, необходимой в рекламе медицинских услуг и её размер.

Указание в рекламе одной только фразы «Имеются противопоказания, необходима консультация специалиста» менее 5% рекламной площади является нарушением требований части 7 статьи 24 Закона «О рекламе», так как нормы Закона РФ «О рекламе» не допускают указания предупредительной надписи частично и меньше установленного размера.

Расчет процентов предупреждения о противопоказаниях в рассматриваемой рекламной статье Управление осуществило следующим образом:

- расстояние от левого края страницы до надписи «Имеются противопоказания, необходима консультация специалиста» составляет 200 мм;
- расстояние от левого края предупреждающей надписи до правого края страницы составляет 8 мм.
- высота рекламной статьи равна высоте предупреждающей надписи и составляет 288 мм.

Исходя из вышеизложенного, площадь предупреждающей надписи в рассматриваемой рекламе составляет: $8+200=208$ мм (общая площадь), $8/208=0,038$ (площадь предупреждающей надписи), что составляет 3,8% от общей площади рекламной статьи.

Таким образом, Комиссия приходит к выводу, что при размещении рекламы в печатном издании «Бизнес и экономика. Поволжье» выпуск №3 ноябрь 2013г. на странице 11 с текстом следующего содержания: «БИОМЕД» шагнул в «21 век...», были нарушены требования 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.

В соответствии с частями 6, 7 статьи 38 Закона «О рекламе» следует, что за нарушение требований части 1 статьи 5 и пункта 1, 2 части 1 статьи 25 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 - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Руководствуясь ч.2 п.1 ст.33, ч.1ст.36 Закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37 - 43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

решила:

Признать ненадлежащей рекламу в печатном издании «Бизнес и экономика. Поволжье» выпуск №3 ноябрь 2013г. на странице 11 с текстом следующего содержания: «БИОМЕД» шагнул в «21 век...», поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 24 Закона «О рекламе».

Предписание о прекращении нарушения части 7 статьи 24 Закона «О рекламе» ООО ИД «Волга-Урал» и ООО ЛДЦ «Биомед» не выдавать в связи с тем, что более вышеуказанная реклама не распространяется.

Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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