

РЕШЕНИЕ

«29» ноября 2010 г. г. Брянск

Комиссия Брянского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: <...>

рассмотрев дело № 166 в отношении ООО «МедиаНэт» <...> по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, выразившееся в размещении рекламы лекарственного средства «Дифлюкан» без пометки о необходимости получения консультации специалистов и наличии противопоказаний к применению, в присутствии лица (уведомленного надлежащим образом), в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, представителя ООО «МедиаНэт» по доверенности № 11/10 от 19.11.2010 года – <...>

УСТАНОВИЛА:

В мае 2010г. на Интернет-сайте www.mamba.ru распространялась медийная реклама лекарственного препарата «Дифлюкан» («Пусть муж пляшет под твою дудку...»), на которой отсутствовало предупреждение о наличии противопоказаний к применению и использованию препарата, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

Согласно ч. 7 ст. 24 ФЗ № 38-ФЗ от 13 марта 2006 года «О рекламе» реклама лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, медицинской техники должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к 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 со ст. 3 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ реклама – 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; объект рекламирования - товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие.

Реклама данного лекарственного препарата, распространяемая в сети Интернет, имела цель сформировать и поддержать интерес к объекту рекламирования и способствовала его реализации.

Ненадлежащей признается реклама, в которой допущены нарушения требований к ее содержанию, времени, месту и способу распространения, установленных законодательством Российской Федерации в силу ст. 2 Федерального закона «О рекламе».

Таким образом, данная реклама лекарственного препарата «Дифлюкан» не соответствует требованиям ч. 7 ст. 24 ФЗ № 38-ФЗ от 13 марта 2006 года «О рекламе».

В соответствии со ст. 3 указанного закона рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное лицо, определившее объект рекламирования.

Рекламодателем данной рекламы согласно договора № 09/04/015-р от 10.04.2009г. является ООО «МедиаНэт» <...>.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 указанного закона ответственность за данное нарушение несет рекламодатель.

По мнению ООО «МедиаНэт» «...в материалах дела отсутствует указание на динамическое (анимированное) размещение рекламы, равно как отсутствует раскадровка такой рекламы, а также отсутствует скриншот сайта, на который осуществлялся переход на рекламируемый сайт, т.е. собственно на сам рекламный материал с объектом рекламирования - лекарственным препаратом «Дифлюкан»...».

Позиция же антимонопольного органа заключается в следующем. В определении о возбуждении дела № 166 по признакам нарушения законодательства о рекламе от 01 ноября 2010г. № 6514 было указано, что реклама препарата «Дифлюкан» является медийной, соответственно анимированной. Раскадровка же данной рекламы выглядит в виде полного рекламного ролика в электронном виде, предоставленного ЗАО «Мамба». Довод ООО «МедиаНэт» о скриншоте сайта, на который можно было попасть, нажав на рекламный баннер, является несостоятельным, т.к. далеко не все пользователи Интернета знают, что при нажатии на рекламный баннер можно попасть на другой сайт, где содержится требуемая законодательством о рекламе информация. Таким образом, рассматривая соответствие рекламы законодательству РФ о рекламе, не имеет значения куда можно попасть, кликнув на рекламный баннер. Также рекламным материалом является сам рекламный баннер, а не сайт продавца или производителя, на который можно перейти, нажав на указанный баннер. Таким образом, медиабаннер рассматривается как единое рекламное пространство, которое должно отвечать требованиям законодательства РФ о рекламе, независимо от возможности получить требуемую информацию по гиперссылке.

Руководствуясь п. 1 части 2 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 лекарственного препарата «Дифлюкан» («Пусть муж пляшет под твою дудку...»), размещенную в мае 2010г. на Интернет-сайте www.mamba.ru, поскольку она не соответствует требованиям ч. 7 ст. 24 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО «МедиаНэт» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Возбудить дело об административном правонарушении, предусмотренное ст. 14.3. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ООО «МедиаНэт» <...>.

Решение изготовлено в полном объеме "29" ноября 2010 г.

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

Председатель Комиссии: <...>

ПРЕДПИСАНИЕ
О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

«29» ноября 2010 г. г. Брянск

Комиссия Брянского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:
<...>.

на основании своего решения от «29» ноября 2010 г. по делу № 166 в отношении ООО «МедиаНэт» <...> о признании ненадлежащей рекламы лекарственного средства «Дифлюкан», размещенной в мае 2010г. на Интернет-сайте www.mamba.ru без пометки о необходимости получения консультации специалистов и наличии противопоказаний к применению, 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 «МедиаНэт» <...> в 15-дневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: привести рекламу лекарственного средства «Дифлюкан», размещенную на Интернет-сайте www.mamba.ru, в соответствии с требованиями ч. 7 ст. 24 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе».
2. ООО «МедиаНэт» представить в Брянское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания в 30-дневный срок со дня получения настоящего предписания.

В соответствии с частью 2.4. статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях невыполнение в установленный срок законного решения, предписания федерального антимонопольного органа, его территориального органа о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе - влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Предписание изготовлено в полном объеме «29» ноября 2010 г.

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

Председатель Комиссии: <...>