

РЕШЕНИЕ

07.08.2012 г.

г. Горно-Алтайск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Алтай по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, 25 июля 2012 года, рассмотрев дело № 17 от 14.06.2012 г., возбужденное по признакам нарушения части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» в отношении Индивидуального предпринимателя без образования юридического лица, по факту распространения в газете «Постскриптум» № 19 (932) от 09.05.2012г. рекламы медицинских услуг без ее сопровождения предупреждением о возможных противопоказаниях к их использованию и необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, в присутствии представителя ИПБЮЮЛ <...> по доверенности от 25.07.2012г.,

УСТАНОВИЛА:

На 17 странице газеты «Постскриптум» № 19 (932) от 09.05.2012г. опубликовано сообщение следующего содержания: «Новосибирская клиника «X-LAB» проводит лечение зависимостей. 13 мая. Начало сеансов 09.00 – алкогольная зависимость, 15.00 – избыточный вес. Адрес: г. Горно-Алтайск, пр. Коммунистический, 116 медицинское училище. Телефон: 8-923-112-9-211...» В нижней части сообщения так же размещены две строки, напечатанные мелким нечитабельным шрифтом.

В соответствии со статьей 3 Закона «О рекламе», вышеуказанная публикация является рекламой, так как она адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания, а так же формирование и поддержание интереса у потребителей к объекту рекламирования – медицинским услугам, связанным с лечением алкогольной зависимости и зависимости избыточного веса, что способствует продвижению рекламируемого товара на рынке.

Законом «О рекламе» предусмотрен порядок и условия рекламирования отдельных видов товаров, работ, услуг, в том числе медицинских услуг.

В соответствии с частью 7 статьи 24 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. 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).

Вышеназванная реклама Новосибирской клиники «X-LAB» не сопровождается предупреждением о наличии противопоказаний и необходимости получения консультации специалистов, что свидетельствует о несоблюдении требований части 7 статьи 24 Закона «О рекламе», при ее распространении.

Как было указано выше, информационное содержание рекламы Новосибирской клиники «X-LAB» содержит информацию, напечатанную мелким нечитабельным шрифтом. Допустимо предположить, что данный текст и является предусмотренным Законом «О рекламе» предупреждением, однако прочесть его не представляется возможным.

По мнению Комиссии, данное обстоятельство стало возможным в результате несоблюдения требований части 7 статьи 24 Закона «О рекламе» в части отведения 5 % площади рекламного поля для предусмотренного настоящим Федеральным законом предупреждения о наличии противопоказаний к применению и использованию медицинских услуг и необходимости получения консультации специалистов.

Проведение расчетов соотношения площадей рекламного поля клиники «X-LAB» и предусмотренного законом «О рекламе» предупреждения показали, что площадь рекламного макета составляет 66,5 квадратных сантиметров. Следовательно, предупреждению, предусмотренному частью 7 статьи 24 Закона «О рекламе» должно быть отведено не менее, чем 3,3 квадратных сантиметра. Фактически площадь нечитаемой в рекламе надписи составляет 0,3 квадратных сантиметра. Следовательно, требования части 7 статьи 24 Закона «О рекламе» об отведении 5 % площади рекламного поля для предупреждения о наличии противопоказаний к применению и использованию медицинских услуг и необходимости получения консультации специалистов, в данном случае не соблюдены, в связи с чем, предупреждение в рекламе не поддается прочтению.

Согласно разъяснениям ФАС России от 29.11.2010г. № АК/41963 о применении Федерального закона «О рекламе» в случае выявления фактов доведения в рекламе до сведений потребителей существенной информации мелким, нечитаемым шрифтом, в данном случае следует исходить из того, что в случае изложения в рекламе существенных для восприятия объекта рекламирования сведений нечитаемым шрифтом, такая реклама содержит признаки нарушения требований части 7 статьи 5 Закона «О рекламе», поскольку несмотря на формальное указание в рекламе сведений, обязательных к размещению в рекламе, фактически данные сведения в рекламе не воспринимаются (отсутствуют).

При таких обстоятельствах Комиссия признала ненадлежащей рекламу: **«Новосибирская клиника «X-LAB» проводит лечение зависимостей. 13 мая. Начало сеансов 09.00 – алкогольная зависимость, 15.00 – избыточный вес. Адрес: г. Горно-Алтайск, пр. Коммунистический, 116 медицинское училище. Телефон: 8-923-112-9-211...»** распространяемую на 17 странице газеты «Постскриптум» № 19 (932) от 09.05.2012г. , так как в ее информационном содержании отсутствует существенная информация о наличии противопоказаний к применению и использованию рекламируемых медицинских услуг, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, что противоречит требованиям части 7 статьи 24 Закона «О рекламе».

В соответствии с частью 4 статьи 38 Закона «О рекламе» нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об

административных правонарушениях.

Частями 6, 7 статьи 38 Закона «О рекламе» за нарушение требований части 7 статьи 24 настоящего Федерального закона ответственность возложена на рекламодателя и рекламораспространителя.

В соответствии со статьей 3 Закона «О рекламе», **рекламодатель** – это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; **рекламопроизводитель** – это лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; **рекламораспространитель** – это лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

29.06.2012г. в адрес УФАС по РА поступила информация, представленная ИПБОЮЛ <...> (вх. № 1560), согласно которой, рекламодателем и рекламопроизводителем рассматриваемой рекламы является ИПБОЮЛ С., а ее рекламораспространителем является ИПБОЮЛ <...>. В качестве подтверждения указанного факта ИПБОЮЛ <...> представлен договор от 18.01.2012 № 13/82 на оказание услуг по размещению рекламы, согласно которому ИПБОЮЛ <...> взяты на себя обязательства по распространению в СМИ рекламы заказчика – ИПБОЮЛ С.

Согласно письменному пояснению ИПБОЮЛ <...> от 29.06.2012г. рекламный макет рассматриваемой рекламы был представлен ИПБОЮЛ С. для распространения надлежащего качества с соблюдением требований рекламного законодательства. Однако при изготовлении газеты «Постскриптум» № 19 (932) от 09.05.2012г. по вине типографии рекламный модуль вышел смазанный и нечитабельный из-за низкого качества печати.

В процессе рассмотрения дела № 17 от 14.06.2012 г., представитель ИПБОЮЛ <...> подтвердил изложенные в письменном пояснении своего доверителя доводы.

Таким образом, при рассмотрении дела № 17 от 14.06.2012г., в ходе исследования материалов дела Комиссией было установлено, что фактически рекламораспространителем рекламы: **«Новосибирская клиника «X-LAB» проводит лечение зависимостей. 13 мая. Начало сеансов 09.00 – алкогольная зависимость, 15.00 – избыточный вес. Адрес: г. Горно-Алтайск, пр. Коммунистический, 116 медицинское училище. Телефон: 8-923-112-9-211...»**, опубликованной на 17 странице газеты «Постскриптум» № 19 (932) от 09.05.2012г. является не ООО «Рекламные технологии Горно-Алтайск», в отношении которого было возбуждено дело № 17 от 14.06.2012г., а индивидуальный предприниматель без образования юридического лица <...>. При таких обстоятельствах Комиссия пришла к выводу, что решение по делу может быть вынесено в отношении ненадлежащего лица. В этой связи, определением Комиссии от 04.07.2012г. ИПБОЮЛ <...> был привлечен к участию в рассмотрении дела № 17 от 14.06.2012г. в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Рассмотрев материалы дела и на основании вышеизложенного, Комиссия решила, что нарушения требований части 7 статьи 24 Закона «О рекламе» при

распространении рекламы: **«Новосибирская клиника «X-LAB» проводит лечение зависимостей. 13 мая. Начало сеансов 09.00 – алкогольная зависимость, 15.00 – избыточный вес. Адрес: г. Горно-Алтайск, пр. Коммунистический, 116 медицинское училище. Телефон: 8-923-112-9-211...»** на 17 странице газеты «Постскриптум» № 19 (932) от 09.05.2012г. произошло по вине рекламораспространителя – ИПБОУЛ <...>.

Руководствуясь пунктом 2 части 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: **«Новосибирская клиника «X-LAB» проводит лечение зависимостей. 13 мая. Начало сеансов 09.00 – алкогольная зависимость, 15.00 – избыточный вес. Адрес: г. Горно-Алтайск, пр. Коммунистический, 116 медицинское училище. Телефон: 8-923-112-9-211...»**, опубликованную на 17 странице газеты «Постскриптум» № 19 (932) от 09.05.2012г., так как вышеуказанная реклама медицинских услуг и медицинской техники не содержит предупреждения о наличии противопоказаний к ее применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, что противоречит требованиям части 7 статьи 24 Закона «О рекламе»;

2. Выдать Индивидуальному предпринимателю без образования юридического лица <...> предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства;

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу УФАС по Республике Алтай для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Резолютивная часть решения оглашена 25.07.2012г., решение изготовлено в полном объеме 07.08.2012г. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.