

РЕШЕНИЕ
по делу № 03-05/54-11

«27» июля 2011 года

г. Архангельск

Комиссия Архангельского Управления Федеральной антимонопольной службы России (далее по тексту – Архангельское УФАС России) по рассмотрению дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель Комиссии -	Гниденко Л.М.	заместитель руководителя Архангельского УФАС России
Члены Комиссии: -	Шестакова Н.М.	ведущий специалист-эксперт отдела контроля рекламного законодательства Архангельского УФАС России
-	Емельянова Г.С.	ведущий специалист-эксперт отдела контроля рекламного законодательства Архангельского УФАС России

рассмотрев дело № 03-05/54-2011, возбужденное в отношении ОАО «Северодвинская типография» и ЗАНПО «СЭЛТА Лимитед» по признакам нарушения требований ч. 7 ст. 24 Федерального закона Российской Федерации от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – ФЗ «О рекламе») при размещении в печатном издании – газете «Северный формат» № 2 (2) от 14.02.2011 ненадлежащей рекламы следующего содержания: «*Медицинская техника ЗАНПО «СЭЛТА Лимитед» Новое поступление Термобелье Кардиографы Грудные протезы более 2000 наименований товаров и изделий медицинской техники Товар сертифицирован Ул. Космонавтов, 14а (пр. Морской у переезда) Ул. Ломоносова, 64 магазин «Свет»*» с изображением электрокардиографа марки «Armed», размещенного на руке человека, по признакам нарушения требований ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе».

в присутствии:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе:

-Третьякова О.С. – защитника ОАО «Северодвинская типография», доверенность от 14.07.2011, паспорт 11 04 № 255589, выдан 09.07.2004 УВД г. Северодвинска,

-Теремецкого В.Г. – генерального директора ЗАНПО «СЭЛТА Лимитед», паспорт 11 03 № 881544, выдан 18.03.2003 УВД г. Северодвинска.

в отсутствии: заявительницы Измайловой В.Л., надлежащим образом уведомленной о дате, времени и месте рассмотрения дела. В соответствии с п. 30 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утв. постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508), дело № 03-05/54-2011 рассмотрено в отсутствие Измайловой В.Л.

УСТАНОВИЛА:

В рекламно-информационной газете «Северный формат» № 2 (2) от 14.02.2011 на странице 4 опубликована ненадлежащая реклама «*Медицинская техника ЗАНПО «СЭЛТА Лимитед» Новое поступление Термобелье Кардиографы Грудные протезы более 2000 наименований товаров и изделий медицинской техники Товар сертифицирован Ул. Космонавтов, 14а (пр. Морской у переезда) Ул. Ломоносова, 64 магазин «Свет»*».

На основании свидетельства о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ 29-00240 от 12.01.2011 газета «Северный формат» зарегистрирована как рекламная, реклама более 40 процентов, территория распространения Архангельская область, учредитель ОАО «Северодвинская типография». Издатель газеты «Северный формат» - ОАО «Северодвинская типография», тираж издания 80 000 (восемьдесят тысяч) экземпляров.

Согласно регистрационным удостоверениям № ФСЗ 2010/06387 от 17.03.2010, № ФСР 2010/07351 от 08.04.2010, срок действия не ограничен, изделия медицинского назначения (изделие медицинской техники) электрокардиограф Armed, изделие медицинского назначения (медицинской техники) экзопротезы грудных (молочных) желез на основе силиконового геля являются изделием медицинской техники. Приказом Росздравнадзора от 17.03.2010 № 2188- Armed разрешен к импорту, продаже и применению на территории Российской Федерации.

Письмами от 25.05.2011, от 13.07.2011 ЗАНПО «СЭЛТА Лимитед» сообщило, что реклама носила разовый характер, заявка на размещение рекламы была в устной форме по телефону и содержала приблизительный текст, договор на распространение рекламы не заключался. После выхода рекламы какие-либо претензии в адрес ОАО «Северодвинская типография» не выставлялись. Прибор Armed является сложным для использования, поэтому, чтобы его применить необходимо ознакомиться с инструкцией, в инструкции указано о необходимости обращения к врачу. Кардиограф не оказывает на организм человека лечебное воздействие, используется в качестве индикаторного устройства. Отсутствие в рекламе информации о необходимости ознакомиться с инструкцией по применению не могло причинить вред здоровью Заявительницы.

Письмом № 238 от 26.07.2011 ОАО «Северодвинская типография» пояснило, что объектом рекламирования является продавец товара ЗАНПО «СЭЛТА Лимитед», содержащаяся в объявлении информация направлена на привлечение внимания к продавцу товара, содержит наименование продавца и наименования торговых отделов и их адреса, а также на указание о новом поступлении товара. Текст рекламного объявления не содержит указание на марку и модель кардиографа. Изображение прибора в ладони человека является элементом дизайна. Поскольку объект рекламирования продавец, а не медицинская техника, просят дело производством прекратить.

Комиссия отмечает, что в соответствии с выпиской из ЕФРЮЛ от 09.11.2010 № 3599 юридическим адресом и адресом местонахождения ЗАНПО «СЭЛТА Лимитед» является адрес – г. Северодвинск, ул. Железнодорожная, 7, оф.30, вид деятельности по ОКВЭД 51.46.2 – оптовая торговля изделиями медицинской техники и ортопедическими изделиями, ОКВЭД 52.32 – розничная торговля медицинскими товарами и ортопедическими изделиями. В рекламной информации сообщены адреса «Ул. Космонавтов, 14а (пр. Морской у переезда) Ул. Ломоносова, 64 магазин «Свет»», т.е. места реализации медицинской техники и медицинских изделий. Довод ОАО «Северодвинская типография» о том, что рекламировалось исключительно юридическое лицо ЗАНПО «СЭЛТА Лимитед» не состоятелен.

В соответствии со ст. 36 Федерального закона Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» распространение рекламы в средствах массовой информации осуществляется в порядке, установленном законодательством Российской Федерации о рекламе.

В силу частей 1, 2 статьи 33 ФЗ «О рекламе» антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный контроль за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе, предупреждает, выявляет и пресекает нарушения физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе; возбуждает и рассматривает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. Антимонопольный орган вправе выдавать рекламоделателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям

обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. Согласно частям 1, 2 статьи 36 ФЗ «О рекламе» антимонопольный орган в пределах своих полномочий возбуждает и рассматривает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, принимает по результатам рассмотрения таких дел решения и выдает предписания, предусмотренные настоящим Федеральным законом. Антимонопольный орган по собственной инициативе, представлению прокурора, обращениям органов государственной власти или органов местного самоуправления, а также по заявлениям физических или юридических лиц возбуждает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В соответствии с пунктами 1, 2 статьи 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.

Под объектом рекламирования понимается товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама. При этом в качестве товара рассматриваются также работы и услуги.

Как указано в постановлении Конституционного Суда Российской Федерации от 04.03.1997 № 4-П реклама рассматривается законодателем как средство продвижения товаров, работ и услуг на общий рынок Российской Федерации.

Согласно Международному кодексу рекламной практики под потребителем рекламы понимается любое лицо, которому адресована реклама или которого она может достичь, вне зависимости от того, является ли он конечным потребителем, торгующим субъектом или пользователем.

Экономической целью размещения рекламы для лица, осуществляющего производство, реализацию товара (работ, услуг), является продвижение и продажа товара (работ, услуг) оптовому покупателю и конечному потребителю.

Как разъяснил Пленум Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации в п. 16 информационного письма от 25.12.1998 № 37 информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Рассматриваемая рекламная информация распространена в печатном издании (тираж 80 000 экз.), адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к изделию медицинской техники – электрокардиограф Armed с принадлежностями, грудные протезы - формирует и поддерживает интерес к объекту рекламирования, т.е. отвечает законодательному определению рекламы, приведенному в п. 1 ст. 3 ФЗ «О рекламе».

Согласно ч. 11 ст. 5 ФЗ «О рекламе» при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

В соответствии с ч. 7 ст. 24 ФЗ «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). Требования настоящей части не распространяются на рекламу, распространяемую в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, а также в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях, и на иную рекламу, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники.

Размещенный в газете «Северный формат» № 2 от 14.02.2011 рекламный текст «*Медицинская техника ЗАО «СЭЛТА Лимитед» Новое поступление Термобелье Кардиографы Грудные протезы более 2000 наименований товаров и изделий медицинской техники Товар сертифицирован Ул. Космонавтов, 14а (пр. Морской у переезда) Ул. Ломоносова, 64 магазин «Свет»*» не содержит предупреждение о наличии противопоказаний к их применению и использованию и получения консультации специалистов. При этом рекламируемая информация адресована неопределенному кругу лиц.

Отсутствие в рекламе существенной части информации в виде предупреждения о возможности наступления вредных последствий для здоровья потребителей рекламы, приводит к искажению рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми видами медицинской техники.

В целях обеспечения правильности приема лекарственных средств, получения медицинских услуг и надлежащей эксплуатации медицинской техники законодательно предусмотрено обязательное размещение в рекламе предупредительной информации.

Норма, содержащаяся в части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», носит императивный характер, и требует от рекламодателя и рекламораспространителя в каждом случае независимо от обстоятельств включать в текст рекламы лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, медицинской техники один из видов предупреждения:

- о наличии противопоказаний к их применению и использованию
- о необходимости ознакомления с инструкцией по применению объекта рекламирования;
- о необходимости получения консультации специалистов.

В зависимости от вида объекта рекламирования субъекты рекламного рынка вправе самостоятельно определить, какой из трех видов предупреждения использовать в рекламе

Согласно Регистрационным удостоверениям электрокардиограф Armed и грудные протезы относятся к изделиям медицинской техники. Следовательно, рассматриваемая рекламная информация формирует интерес к рекламируемым изделиям медицинской техники.

С учетом изложенного, рассматриваемая реклама не соответствует требованиям ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе».

Ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации (ст. 3 ФЗ «О рекламе»). Ненадлежащая реклама не допускается.

На основании ч. 6 ст. 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель. Рекламодателем в соответствии с п.5 ст.3 Закона о рекламе, т.е. изготовителем или продавцом товара, либо иным определившим объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо является ЗАО «СЭЛТА Лимитед».

В силу ч. 7 ст. 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе» несет рекламораспространитель. Рекламораспространителем рассматриваемой рекламы в соответствии с п. 7 ст. 3 ФЗ «О рекламе», то есть лицом, осуществившем распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств является ОАО «Северодвинская типография» - издатель рекламно-информационной газеты «Северный формат», о чем свидетельствуют:

- счет № 218 от 11.02.2011,
- счет фактура 00000396 от 11.02.2011,

- платежное поручение № 80 от 14.02.2011
- акт на печатные услуги № 362 от 11.02.11 (Заказчик претензий по объему, качеству и срокам оказания услуг не имеет).

В соответствии с ч. 4 ст. 38 ФЗ «О рекламе» нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь п. 1 ч. 2 ст. 33 и ч. 1 ст. 36 ФЗ «О рекламе», абзацем «е» пункта 36, пунктами 37 - 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утв. постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508), Комиссия Архангельского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать размещенную в рекламно-информационной газете «Северный формат» № 2 от 14.02.2011 рекламную информацию «*«Медицинская техника ЗАНПО «СЭЛТА Лимитед» Новое поступление Термобелье Кардиографы Грудные протезы более 2000 наименований товаров и изделий медицинской техники Товар сертифицирован Ул. Космонавтов, 14а (пр. Морской у переезда) Ул. Ломоносова, 64 магазин «Свет»*» с изображением электрокардиографа марки «Armed», размещенного на руке человека, поскольку в ней нарушены требования ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе».
2. Признать ОАО «Северодвинская типография» нарушившим требования ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе».
3. Признать ЗАНПО «СЭЛТА Лимитед» нарушившим требования ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе».
4. Выдать ОАО «Северодвинская типография» предписание о недопущении впредь нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
5. Выдать ЗАНПО «СЭЛТА Лимитед» предписание о недопущении впредь нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
6. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Архангельского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме **«29» июля 2011 года**.

В соответствии с п. 1 ст. 37 ФЗ «О рекламе» решение, предписание антимонопольного органа могут быть оспорены в арбитражном суде в течение трех месяцев со дня вынесения решения, выдачи предписания в порядке, предусмотренном ст. 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе
27 июля 2011 года **г. Архангельск**

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Архангельской области по рассмотрению дела по признакам нарушения законодательства о рекламе, в составе:

председатель Комиссии: Гниденко Л.М.,

члены комиссии: Шестакова Н.М., Емельянова Г.С., Синебрюхова Л.И.

на основании своего решения от 27.07.2011 по делу № 03-05/54-2011 о признании «*Медицинская техника ЗАНПО «СЭЛТА Лимитед» Новое поступление Термобелье Кардиографы Грудные протезы более 2000 наименований товаров и изделий медицинской техники Товар сертифицирован Ул. Космонавтов, 14а (пр. Морской у переезда) Ул. Ломоносова, 64 магазин «Свет»*» с изображением электрокардиографа марки «Armed», размещенной в рекламно-информационной газете «Северный формат» № 2 (2) от 14.02.2011 ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 24 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. ЗАНПО «СЭЛПА Лимитед» (ОГРН 1032901002419, г. Северодвинск, ул. Железнодорожная, 7, оф.30), прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: при рекламировании своей деятельности соблюдать требования ФЗ «О рекламе».
2. ЗАНПО «СЭЛПА Лимитед» **в срок до 26 августа 2011 года** предоставить в Архангельское УФАС России доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания (печатные СМИ, либо иное, где опубликована реклама ЗАНПО «СЭЛПА Лимитед» в соответствии с требованиями ФЗ «О рекламе»).

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 антимонопольного органа может быть оспорено в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации в течение трех месяцев со дня выдачи предписания.

ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе
27 июля 2011 года **г. Архангельск**

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Архангельской области по рассмотрению дела по признакам нарушения законодательства о рекламе, в составе:

председатель Комиссии: Гниденко Л.М.,

члены комиссии: Шестакова Н.М., Емельянова Г.С., Синебрюхова Л.И.

на основании своего решения от 27.07.2011 по делу № 03-05/54-2011 о признании рекламы: «Медицинская техника ЗАО «СЭЛТА Лимитед» Новое поступление Термобелье Кардиографы Грудные протезы более 2000 наименований товаров и изделий медицинской техники Товар сертифицирован Ул. Космонавтов, 14а (пр. Морской у переезда) Ул. Ломоносова, 64 магазин «Свет»» с изображением электрокардиографа марки «Armed», размещенной в рекламно-информационной газете «Северный формат» № 2 (2) от 14.02.2011 ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 24 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. ОАО «Северодвинская типография» (ОГРН 1022900837960, г. Северодвинск, ул. Южная, 5) прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: при размещении рекламной информации в рекламно-информационной газете «Северный формат» соблюдать требования ФЗ «О рекламе».
2. ОАО «Северодвинская типография» **в срок до 27 августа 2011 года** предоставить в Архангельское УФАС России доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания (рекламно информационную газету «Северный формат», изданную в период с 01.08.2011 по 26.08.2011).

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 антимонопольного органа может быть оспорено в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации в течение трех месяцев со дня выдачи предписания.