

**РЕШЕНИЕ № 23/2010**

« 21 » апреля 2010 г.

г. Вологда

Комиссия Управления ФАС по Вологодской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Тихомировой Т. Б. - председатель комиссии, и.о. заместителя руководителя Управления;

Власов А.А. – член комиссии, начальник отдела антимонопольного и рекламного контроля;

Бодалев С.Р. – член комиссии, специалист-эксперт отдела антимонопольного и рекламного контроля;

Галанина О.В. – член комиссии, специалист 1 разряда отдела антимонопольного и рекламного контроля;

при участии от лица, в отношении которого возбуждено дело ЗАО «Издательский дом XXI век» - директор .....

рассмотрев 15.05.2010 года дело № 23/2010 по признакам нарушения ЗАО «Издательский дом XXI век» ФЗ «О рекламе»,

**УСТАНОВИЛА:**

Специалистами Вологодского УФАС России был выявлен факт распространения в газете «Земляничка» на стр.18 в: № 6 (546) от 16.02.10., № 7 (547) от 20.02.10 г., № 9 (549) от 06.03.10., № 11 (551) от 23.03.10. распространение рекламы следующего содержания: «Все для сна. Фирма поставяет более 50 моделей МАТРАСОВ...Матрас «МЕДИФЛЕКС – это лечение заболеваний спины и профилактика болезней позвоночника...».

В данной рекламе, размещенной в периодическом печатном издании, не специализирующемся на сообщениях рекламного характера, отсутствует пометка « предупреждения о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией или получения консультации специалистов», что нарушает ч.7 ст. 24 ФЗ «О рекламе».

Рекламораспространителем указанной рекламной информации, размещенной в газете «Земляничка» в № 6, № 7, № 9, № 11 2010 года, т. е лицом, осуществляющим распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, является ООО «Издательский дом XXI век».

В силу 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.

Комиссией установлено, что указанная реклама направлена на привлечение внимания к медицинским услугам, следовательно, должна сопровождаться одним из трех вариантов предупреждений, перечисленных в ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе».

В соответствии со ст. 3 ФЗ от 13.03. 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе») рекламой является информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с помощью 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.

Объектом рекламирования является товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимание к которым направлена реклама.

Товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного

введения в оборот.

В соответствии с ч. 6, ч. 7 ст. 38 ФЗ «О рекламе», ответственность за нарушение ч. 7 ст. 24 названного Федерального закона несет рекламодатель и рекламодатель.

Таким образом, ООО «Издательский дом XXI век» в нарушение требований ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе», разместило в газете «Земляничка» на стр.18 в: № 6 (546) от 16.02.10., № 7 (547) от 20.02.10 г., № 9 (549) от 06.03.10., № 11 (551) от 23.03.10. ненадлежащую рекламу медицинских услуг без предупреждения о наличии противопоказаний или о получении консультации специалистов. В силу ст. 3 ч. 4 ФЗ «О рекламе», указанная реклама является ненадлежащей.

На основании вышеизложенного, руководствуясь ст. 36 ФЗ «О рекламе», в соответствии с п. 37 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, комиссия

#### РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу: «Все для сна. Фирма поставяет более 50 моделей МАТРАСОВ...Матрас «МЕДИФЛЕКС – это лечение заболеваний спины и профилактика болезней позвоночника...» распространенную в газете «Земляничка»: на стр.18 в: № 6 (546) от 16.02.10., № 7 (547) от 20.02.10 г., № 9 (549) от 06.03.10., № 11 (551) от 23.03.10, поскольку в ней нарушены требования ч.7 ст. 24 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО «Издательский дом XXI век» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Резолютивная часть оглашена 15 апреля 2010 г.

Решение в полном объеме изготовлено 21 апреля 2010 г.

Решение может быть обжаловано в суд в трехмесячный срок со дня вынесения решения.

Подача заявления о признании недействительным решения антимонопольного органа не приостанавливает исполнение решения, если судом не будет вынесено определение о приостановлении исполнения решения.

Председатель комиссии

Т. Б. Тихомирова

Члены комиссии:

А.А. Власов  
С.Р. Бодалев  
О.В. Галанина