



**Управление Федеральной антимонопольной службы**

**по Республике Коми**

**Определение**

**О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА № Р 23-05/16 ПО ПРИЗНАКАМ НАРУШЕНИЯ  
ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ**

27 мая 2016 года

№ 03-01/4793

Сыктывкар

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее – Коми УФАС России) по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, <...> – <...>, рассмотрев материалы о распространении в газете «Городские Ведомости» (г. Ухта) от 31.03.2016 № 01 (001) на странице (полосе) 8 статьи следующего содержания: «На приеме у доктора», с признаками нарушения требований ст. 16 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

**УСТАНОВИЛА:**

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее – Коми УФАС России) поступили заявления <...> (далее – <...>.) от 03.04.2016 (вход. № 988 (эл.) от 04.04.2016), от 07.04.2016 (вход. № 1049 (эл.) от 08.04.2016).

Из заявлений следует, что на странице (полосе) 8 газеты «Городские Ведомости» г. Ухта, от 31.03.2016 № 01 (001) размещена статья следующего содержания: «На приеме у доктора» о работе медицинской клиники «Персона Мед» без пометок «реклама» или «на правах рекламы».

В результате рассмотрения материалов по указанным заявлениям установлено следующее.

В соответствии с п. 1 ст. 3 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 «О рекламе» (далее – Закон 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.

Из смысла приведенной нормы следует, что для признания информации рекламой, она должна обладать всеми её признаками, установленными п. 1 ст. 3 Закона о рекламе.

Согласно п. 2 ст. 3 Закона о рекламе, объект рекламирования – 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.

В соответствии с п. 3 приведенной статьи Закона о рекламе, товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Вышеуказанная информация содержит все правовые признаки рекламы:

- распространена посредством размещения её на странице (полосе) 8 газеты «Городские Ведомости» от 31.03.2016 № 01 (001);
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – медицинская клиника «Персона Мед», услуги лазерной косметологии, предоставляемые медицинской клиникой «Персона Мед», формирование и поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Таким образом, указанная информация, размещенная на странице (полосе) 8 газеты «Городские Ведомости» от 31.03.2016 № 01 (001), является рекламой.

В соответствии со ст. 16 [Закона о рекламе](#) размещение текста рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должно сопровождаться пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы». Объем рекламы в таких изданиях должен составлять не более чем сорок процентов объема одного номера периодических печатных изданий. Требование о соблюдении указанного объема не распространяется на периодические печатные издания, которые зарегистрированы в качестве специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера и на обложке и в выходных данных которых содержится информация о такой специализации.

Как следует из свидетельства о регистрации средства массовой информации серии ПИ № ТУ 11-00312 от 11.03.2016 г., выданного Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Республике Коми, Газета зарегистрирована в качестве не специализирующейся на сообщениях и материалах рекламного характера (реклама не более 40%).

Поскольку в рассматриваемой рекламе отсутствует пометка «реклама» или «на правах рекламы», то в вышеуказанной рекламе усматриваются признаки нарушения требований, установленных ст. 16 Закона о рекламе.

**Таким образом, в рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения требований, установленных ст. 16 Закона о рекламе.**

В соответствии с ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных ст. 16 Закона о рекламе, несет **рекламораспространитель**.

Согласно ч. 8 ст. 38 Закона о рекламе, рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в частях 6, 7 настоящей статьи, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В силу п. 6 ст. 3 Закона о рекламе **рекламопроизводитель** - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Согласно п. 7 ст. 3 Закона о рекламе **рекламораспространитель** – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рассматриваемая реклама размещена в газете «Городские Ведомости», учредителем (соучредителем) которой, согласно свидетельству о регистрации СМИ серии ПИ № ТУ 11-00312 от 11.03.2016 г., является Индивидуальный предприниматель <...> (далее ИП <...>) <...>.

На основании п. 2 ч. 1 ст. 33, частей 1, 2 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 20, 21, 24 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, п. 3.25 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного Приказом ФАС РФ от 23.11.2012 № 711/12,

#### **ОПРЕДЕЛИЛА:**

1. Возбудить производство по делу № Р 23-05/16 по признакам нарушения ст. 16 Закона о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

2.1. заявителя – <...>;

2.2. лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе; - Индивидуального

предпринимателя <...> (далее ИП <...>), адрес (место нахождения): <...>.

3. Вызвать для участия в деле:

3.1. заявителя – <...>;

3.2. лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе; - Индивидуального предпринимателя <...> (далее ИП <...>), адрес (место нахождения): <...>.

4. Назначить дело № Р 23-05/16 к рассмотрению **на 22 июня 2016 года на 14 часов 50 минут** по адресу: г. Сыктывкар, ул. Интернациональная, д. 160, корпус А.

5. **ИП <...> в срок до 20.06.2016** представить следующие надлежащим образом заверенные уполномоченным лицом копии документов и письменную информацию:

5.1. Паспортные данные (копию с 2-ой по 7-ую страницы паспорта) <...> с указанием даты и места рождения, адреса регистрации по месту жительства.

5.2. Копию свидетельства о регистрации <...> в качестве индивидуального предпринимателя.

5.3. О **рекламодателе, рекламораспространителе и рекламопроизводителе** рассматриваемой рекламы (с указанием по каждому такому лицу: полного наименования, адреса места нахождения, Ф.И.О. руководителя, номеров тел./факса – для юридических лиц; Ф.И.О., адреса места регистрации - для физических лиц).

5.4. Копии всех документов со всеми изменениями, дополнениями и приложениями (в том числе, приказов, распоряжений, заявок, договоров, счетов, счетов-фактур, платежных поручений, актов выполненных работ), опосредующих производство, размещение и распространение рассматриваемой рекламы.

5.5. Письменные пояснения каждого последовательно совершенного действия, направленного на производство, размещение и распространение рассматриваемой рекламы.

5.6. Поясняющие, кто определил содержание рассматриваемой рекламы, ее наполнение, кем, когда и каким образом одобрена (утверждена, согласована) реклама, в случае, если реклама не утверждалась и не согласовывалась, представьте соответствующую поясняющую письменную информацию с указанием причин непринятия мер по согласованию.

5.7. О периоде распространения рассматриваемой рекламы, с указанием дат начала и окончания распространения; если распространение продолжается на дату представления ответа – с указанием соответствующей поясняющей информации и даты начала распространения.

5.8. О территории (укажите субъекты Российской Федерации) распространения рассматриваемой рекламы.

5.9. Поясняющие, о причинах размещения рассматриваемой рекламы без учета требований ст. 16 Закона о рекламе.

6. <...> явиться лично (с паспортом) и (или) обеспечить явку представителя (с надлежащим образом оформленной доверенностью) для участия в рассмотрении дела.

7. ИП <...> явиться лично (с паспортом) и (или) обеспечить явку представителя (с надлежащим образом оформленной доверенностью) для участия в рассмотрении дела.

**О возможности рассмотрения дела в отсутствие лиц, участвующих в деле, сообщить не позднее 21 июня 2016 года**, предварительно по факсу (8212) 20-17-14 или на электронный адрес: [tol1@fas.gov.ru](mailto:tol1@fas.gov.ru) и направить такое обращение по почте.

**Примечание:**

При ответе на настоящее определение необходимо соблюдение нумерации пунктов, по приложениям необходимо указать, к какому пункту определения они прилагаются, с указанием номера пункта.

В случае отсутствия документов и письменной информации по отдельным пунктам настоящего определения, укажите на их отсутствие с пояснением причин отсутствия и указанием источника, где запрашиваемое может быть получено.

Представленное на определение должно быть подписано уполномоченным лицом, прилагаемые копии надлежащим образом заверены, подтверждена их достоверность и полнота. Кроме того, документы объемом более 1 печатного листа должны быть представлены в прошитом виде и пронумерованы.

**В соответствии с ч. 6 ст. 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях непредставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных законодательством о рекламе, а равно представление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо представление недостоверных сведений (информации) - влечет наложение административного штрафа.**

Председатель Комиссии

<...>