

ИГ/43579/18 от 11.09.2018

АО «МаксимаТелеком»

Старопименовский пер., д. 10,

г. Москва, 127006

<...>

<...>

АО «ИМХО»

Осенний б-р, д. 23, оф. 501.1, г. Москва, 121609

<...>

ООО «Медиа Инстинкт Баинг Сервис»

Серебрякова пр-д, д. 14, стр. 15,

эт. 1, пом. I, комн. 23,

г. Москва, 129343

АО «Медиа Инстинкт»

Крижановского ул., д. 29, корп. 1, эт. 2, пом. I, комн. 20,

г. Москва, 117218

ООО «Берлин-Хеми/А. Менарини»

Пресненская наб., д. 10,

г. Москва, 113317

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ ПРОИЗВОДСТВА ПО ДЕЛУ № 3-24-175/77-18

«04» сентября 2018 года.

г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия Московского УФАС России, Комиссия) в составе:

председателя Комиссии – <...> ,

членов Комиссии – <...> , <...> ,

рассмотрев дело № 3-24-175/77-18, возбужденное на основании Акта № 8 46 плановой выездной проверки юридического лица от 12.12.2017 и материалы по признакам нарушения в рекламе «МИГ» (video_october_12) , «МИГ» (video_october_13), «МИГ» (video_april_69) пункта 8 части 1 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе),

в присутствии представителей: АО «МаксимаТелеком» в лице <...> (по доверенности); АО «ИМХО» в лице <...> (по доверенности); АО «Медиа Инстинкт» в лице <...> (по доверенности); ООО «Берлин-Хеми/А. Менарини» в лице <...> , <...> , <...> (по доверенности),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-24-175/77-18 на основании заявления Акта № 8 46 плановой выездной проверки юридического лица от 12.12.2017 по факту распространения АО «МаксимаТелеком» при подключении к бесплатной беспроводной сети Wi Fi в Московском Метрополитене рекламы «МИГ» (video_october_12) , «МИГ» (video_october_13), «МИГ» (video_april_69).

В рассматриваемой рекламе были усмотрены признаки нарушения пункта 8 части 1 статьи 24 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы

лекарственного средства, которая гарантирует положительное действие объекта рекламирования, его безопасность, эффективность и отсутствие побочных действий.

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, выслушав доводы лиц, участвующих в деле, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

В соответствии с пунктом 28 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508 (далее — Правила), при рассмотрении дела антимонопольный орган знакомится с письменными и вещественными доказательствами по делу, заслушивает объяснения лиц, участвующих в деле, заключения экспертов, а также оглашает представленные в письменной форме объяснения и заключения.

Антимонопольный орган обязан принимать все предусмотренные законодательством Российской Федерации меры для всестороннего, полного и объективного выяснения всех обстоятельств дела.

В соответствии с имеющимися в материалах дела документами и сведениями, рассматриваемая реклама, распространяемая АО «МаксимаТелеком» в октябре и апреле 2017 года при подключении к бесплатной беспроводной сети Wi-Fi в Московском Метрополитене в форме flash-роликов содержала в себе следующие сведения: «МИГ — выкинь боль из головы! Начинает действовать через 10 минут».

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе рекламой является информация, распространяемая 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе объектом рекламирования является 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 соответствии с пунктом 3 статьи 3 Закона о рекламе товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Рекламный характер рассматриваемой информации лицами, участвующими в деле, не оспаривается.

Между тем, в соответствии с представленными в материалы дела документами и сведениями, изложенная в рекламе информация о начале действия лекарственного средства через 10 минут после приема основана на утвержденной в установленном порядке Министерством здравоохранения

Российской Федерации инструкции по медицинскому применению лекарственного препарата МИГ 400.

Кроме того, в соответствии с изложенными в рекламе сведениями через 10 минут после применения рекламируемого лекарственного средства оно начинает действовать. При этом наступление какого-либо положительного результата в рекламе не обещается.

В связи с изложенным у Комиссии Московского УФАС России отсутствуют основания для того, чтобы признать рассматриваемую рекламу нарушающей требования пункта 8 части 1 статьи 24 Закона о рекламе.

Резюмируя изложенное, по решению Комиссии Московского УФАС России дело № 3-28-181/77-18 подлежит прекращению.

На основании изложенного, руководствуясь пунктом 36 Правил,

РЕШИЛА:

Производство по делу № 3-24-175/77-18 прекратить в связи с неподтверждением в ходе рассмотрения дела наличия фактов нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>

