

## РЕШЕНИЕ

06 мая 2011 г.

г. Липецк

Резолютивная часть решения объявлена 05 мая 2011 года

Решение в полном объеме изготовлено 06 мая 2011 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель: - Руководитель управления А.А. Сешенов,

члены комиссии: - Начальник отдела Р.Б. Маргиев,

- Специалист-эксперт А.В. Кудинов,

рассмотрев дело № 35 возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту нарушения ГУ «Издательский дом «Липецкая газета»(398055, г. Липецк, ул. Московская, д.83) требований ст.12, ч.7 ст.24 ФЗ «О рекламе»,

в присутствии представителя:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе — представителя «Издательский дом «Липецкая газета» <...>.

### УСТАНОВИЛА:

В газете «Липецкая газета» № 55 (23933) от 24 марта 2011 года на последней странице, распространялась реклама центра микрохирургии глаза «Окулюс» в которой говорится: «Как известно, в Липецке на улице Липовской в прошлом году открылся Центр микрохирургии глаза «Окулюс». Он оснащен современным медицинским оборудованием для диагностического обследования и проведения глазных операций...Приемы будут осуществляться по предварительной записи по телефону 8 (4742) 47-03-03 с 9.00 до 17.00. Имеются противопоказания. Необходима консультация специалиста». Данная рекламная информация содержит признаки нарушения ФЗ «О рекламе», так как предупреждению: «Имеются противопоказания. Необходима консультация специалиста» отведено менее 5%, от общей площади рекламного пространства (общая площадь рекламного пространства — 0,0135 кв.м, площадь предупреждения составляет — 0,00007 кв.м, что равно 0,5% от общей площади рекламного пространства)(0,00007x100%/0,0135=0,5%).

п.1 ст.3 ФЗ «О рекламе» говорит, что 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 и поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Согласно 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.

В адрес рекламораспространителя от 25.03.2011 года был сделан письменный запрос о предоставлении: сведений о владельце указанной выше рекламы; копии договора с рекламодателем, копии согласованного макета, копий платежных документов. В ответ ГУ «Издательский дом «Липецкая газета» сообщило следующее: «рекламная информация опубликованная 24.03.2011 г. в № 55 «Липецкой газеты» под заголовком «Окулюс» поможет ветеранам» была подготовлена редакцией газеты и в устной форме согласована с центром микрохирургии глаза. Цель публикации данной информации была привлечь внимание и проинформировать инвалидов, участников ВОВ о бесплатной услуге оказываемой центром «Окулюс» в преддверии 66-й годовщины Победы». Копии запрашиваемых документов учреждением предоставлены не были.

В соответствии со ст.12 ФЗ «О рекламе» рекламные материалы или их копии, в том числе все вносимые в них изменения, а также договоры на производство, размещение и распространение рекламы должны храниться в течение года со дня последнего распространения рекламы или со дня окончания сроков действия таких договоров, кроме документов, в отношении которых законодательством Российской Федерации установлено иное.

Таким образом, как следует из ответа на письменный запрос, учреждением копии запрашиваемых документов предъявить в настоящее время не представляется возможным, что нарушает требования законодательства Российской Федерации о рекламе, а также в рекламе ГУ «Издательский дом «Липецкая газета» в газете «Липецкая газета» № 55 (23933) от 24 марта 2011

годапредупреждению: «Имеются противопоказания. Необходима консультация специалиста» отведено менее 5%, от общей площади рекламного пространства.

В соответствии с указанными выше фактами реклама ГУ «Издательский дом «Липецкая газета» содержит признаки нарушения ст.12, ч.7 ст.24 ФЗ «О рекламе».

05 мая 2011 года на рассмотрении дела по рекламе № 35 присутствовал представитель ГУ «Издательский дом «Липецкая газета»<...>. Факт нарушения ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе» представитель ГУ «Издательский дом «Липецкая газета» <...> признала полностью и сообщила, что произошел «технический сбой». Кроме того представитель ГУ «Издательский дом «Липецкая газета» <...> пояснила, что: - «так как обследование проводилось бесплатно для инвалидов, участников ВОВ, большинство которых являются подписчиками «Липецкой газеты», было принято решение опубликовать информацию на безвозмездной основе. В связи с этим договоры с «Центром хирургии глаза» и рекламным агентством «Бренд медиа» не заключались.» .

Таким образом, при распространении рекламы у ГУ «Издательский дом «Липецкая газета» имелась возможность отказаться от распространения рекламы, либо привести ее в соответствие с требованиями законодательства, однако ГУ «Издательский дом «Липецкая газета» не были приняты все зависящие от него меры для устранения названного нарушения, что свидетельствует о наличии в его действиях вины.

Руководствуясь пунктом 1 части 2 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

#### Р Е Ш И Л А:

1. Признать ненадлежащей рекламу, распространяемую ГУ «Издательский дом «Липецкая газета» (398055, г. Липецк, ул. Московская, д.83), следующего содержания: «Как известно, в Липецке на улице Липовской в прошлом году открылся Центр микрохирургии глаза «Окулос». Он оснащен современным медицинским оборудованием для диагностического обследования и проведения глазных операций...Приемы будут осуществляться по предварительной записи по телефону 8 (4742) 47-03-03 с 9.00 до 17.00. Имеются противопоказания. Необходима консультация специалиста», поскольку в ней нарушены требования ст.12, ч.7 ст.24 Федерального закона «О рекламе».

2. Не выдавать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации «О рекламе» ГУ «Издательский дом «Липецкая газета» в связи с прекращением распространения рекламы.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.