

Резолютивная часть оглашена 18 февраля 2011 г.

Решение в полном объеме изготовлено 25 февраля 2011 г.

г. Вологда

### РЕШЕНИЕ № 11/2011

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

Хлевчук В.Т. - председатель комиссии, заместитель руководителя Управления;

Галанина О.В. – член комиссии, специалист-эксперт отдела антимонопольного и рекламного контроля,

Задумкин В.А. – член комиссии, специалист 1 разряда отдела антимонопольного и рекламного контроля,

рассмотрев 18.02.2011 года дело № 11/2011 по признакам нарушения ИП Михайловой Т.В. Федерального закона 2006 года №38-ФЗ (далее - Закон «О рекламе»),

лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе: ИП Михайлова Т.В. (далее – Предприниматель) – отсутствует,

### УСТАНОВИЛА:

должностным лицом Управления Федеральной антимонопольной службы по Вологодской области в ходе осуществления государственного контроля по соблюдению законодательства Российской Федерации о рекламе в газете «Раз в неделю Череповец», № 25 (680), от 2 июля 2010 года на стр. 14 (далее – Газета) выявлена реклама следующего содержания: «Новый жемчуг стоматология...», распространенная ИП Михайловой Т.В., направленная на привлечение внимания к медицинским услугам, в которой предупреждению о противопоказаниях отведено менее, чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

Общая рекламная площадь составляет 50 кв.см.

Площадь предусмотренного законом предупреждения «По противопоказаниям консультируйтесь с лечащим врачом» составляет 1 кв. см, то есть 2 процента, что менее пяти процентов рекламной площади.

Рекламораспространитель - Предприниматель.

Из материалов дела следует, что в Газете распространялась реклама следующего содержания:

«Новый жемчуг стоматология...».

Рассмотрев материалы дела, Комиссия приходит к выводу, что данная реклама является ненадлежащей.

В пункте 1 статьи 3 Закона «О рекламе» определено, что реклама - это 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.

Пункт 2 статьи 3 Закона «О рекламе» определяет, что объектом рекламирования является товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимание к которым направлена реклама, а пункт 3 статьи 3 - товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В соответствии с пунктом 1 статьи 5 Закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной.

В силу части 7 статьи 24 Закона «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, общая площадь рекламного поля составляет 50 кв. см, предупреждения – 1 кв. см., то есть 2 процента, что менее пяти процентов рекламной площади (рекламного пространства), предусмотренных частью 7 статьи 24 Закона «О рекламе».

Таким образом, реклама не соответствует требованиям части 7 статьи 24 Закона «О рекламе».

В силу части 4 статьи 3 Закона «О рекламе», ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Закона «О рекламе» рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламодатель – Предприниматель, как лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, что подтверждается Договором оказания рекламных услуг от 01.07.10 г. в Газете от 29.07.2009 года, счетом от 08.07.2010 года № 2006, приходным кассовым ордером №1633 от 29.07.10 г.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона «О рекламе», рекламодатель несет ответственность за нарушение части 7 статьи 24 названного Федерального закона.

На основании вышеизложенного, руководствуясь статьей 36 Закона «О рекламе», в соответствии с пунктом 37 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

**РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащей рекламу «Новый жемчуг стоматология...», распространенную ИП Михайловой Т.В. в газете «Разъ в неделю Череповец», № 25 (680), от 2 июля 2010 года на стр. 14, поскольку она не соответствует требованиям части 7 статьи 24 Закона «О рекламе».

2. Выдать ИП Михайловой Т.В. предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Вологодского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

\_\_\_\_\_:

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_:

В.Т. Хлевчук

О.В. Галанина

В.А. Задумкин