

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии – <...> ,

члены Комиссии:

<...>, <...> ,

рассмотрев дело №29-ФАС22-Р/03-13 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения в журнале «LOOK» (№1 за 2012г.) рекламы медицинских услуг без предупреждения о наличии противопоказаний или получения консультации специалистов, а также в отсутствии в рекламных макетах пометки «реклама» или пометки «на правах рекламы»,

в присутствии представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе: рекламодателя – директора ООО «Слово», редактора журнала «LOOK» К.,

УСТАНОВИЛА:

В феврале 2013г. в результате наблюдения рекламы в журнале «LOOK» (№1 за 2012г.) установлено, что на странице 24 размещен информационный материал о медицинских услугах, имеющей общий заголовок «Пять звезд Барнаула самые известные маммологи».

В соответствии со ст.3 Федерального закона «О рекламе», под рекламой понимается 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.

Под объектом рекламирования понимается 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).

Под товаром понимается - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Обозначенная рекламная информация полностью соответствует легальному определению понятия «реклама», является публичной, направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к объектам рекламирования, которыми являются врачи-маммологи - <...> , оказываемые медицинские услуги. Реклама содержит информацию о месте работы, адреса, телефоны врачей.

Согласно ч.7 ст.24 Федерального 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 распространяемой в печатных СМИ рекламе такому предупреждению должно быть отведено не менее чем 5% рекламной площади (рекламного пространства).

ООО «Слово» распространило в журнале «LOOK» (№1 за 2012г.) рекламу медицинских услуг, оказываемых <...> не соответствующую требованиям ч.7 ст.24 Федерального закона «О рекламе», поскольку в данной рекламе отсутствует предупреждение о наличии противопоказаний или необходимости получения консультации специалистов.

Кроме того, в журналах «LOOK» (№1 за 2012г.) размещены рекламные макеты, в которых отсутствуют пометки «реклама» или пометки «на правах рекламы».

Согласно ст. 16 Федерального 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.

ООО «Слово» выпускает журнал «LOOK» на основании свидетельства о регистрации СМИ ПИ № ТУ22-00370 от 23.10.2012г., выданного управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Алтайскому краю.

Примерная тематика и (или) специализация издания: информационно-развлекательная, реклама в соответствии с законодательством о рекламе.

ООО «Слово» распространило в журнала «LOOK» (№1 за 2012г.) рекламу, не соответствующую требованиям ст.16 Федерального закона «О рекламе», поскольку в рекламных макетах отсутствуют пометки «реклама» или пометки «на правах рекламы».

Реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, признается, согласно пункту 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», ненадлежащей.

В соответствии со статьей 38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение требований установленных, в том числе частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» несет как рекламодатель, так и рекламораспространитель, за нарушение статьи 16 Федерального закона «О рекламе» несет рекламораспространитель.

В соответствии с Федеральным законом «О рекламе», рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламораспространителем ненадлежащей рекламы медицинских услуг, а также рекламы без пометок «реклама» или пометок «на правах рекламы», является ООО «Слово», учредитель и издатель журнала «LOOK».

На заседании Комиссии директор ООО «Слово», редактор журнала «LOOK» К. нарушение ст.16 Федерального закона «О рекламе» признал, пояснив, что нарушение произошло из-за неопытности, т.к. издание первое, признает ошибку редактора. Относительно распространения материала о медицинских услугах, оказываемых известными маммологами края, К. считает, что указанный материал не является рекламой.

В соответствии с п.4 ст.38 Федерального закона «О рекламе» нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Таким образом, Комиссией установлен факт нарушения рекламораспространителем — ООО «Слово», учредителем и издателем журнала «LOOK» ч.7 ст.24 Федерального закона «О рекламе», выразившегося в распространении рекламы медицинских услуг, оказываемых <...> в которой отсутствует предупреждение о наличии противопоказаний или необходимости получения консультации специалистов и ст.16 Федерального закона «О рекламе», поскольку в рекламных макетах, распространяемых в журнале «LOOK» (№1 за 2012г.) отсутствуют пометки «реклама» или пометки «на правах рекламы».

Руководствуясь частью 2 пункта 1 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

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу медицинских услуг под общим заголовком «Пять звезд Барнаула самые известные маммологи», размещенную в журнале «LOOK» без предупреждения о наличии противопоказаний или получения консультации специалистов.

2. Признать рекламораспространителя ООО «Слово» нарушившим требования ст.16 и ч.7 ст.24 Федерального закона «О рекламе».

3. Вынести рекламораспространителю ООО «Слово» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

4. Передать материалы дела в отношении должностного лица ООО «Слово», главного редактора журнала «LOOK» К. уполномоченному должностному лицу Алтайского краевого УФАС России, для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч.1 ст. 14.3 КоАП РФ.