

10 июня 2016 года

г. Владивосток

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Приморскому краю (далее – Приморское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии: – заместитель руководителя;

Члены Комиссии: – ведущий специалист-эксперт отдела контроля антимонопольного законодательства и рекламы, – специалист-эксперт отдела контроля антимонопольного законодательства и рекламы,

рассмотрев 10.06.2016 дело № 2/07-2016, возбужденное в отношении <.....> по факту распространения рекламной информации, с признаками нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе,

в присутствии:

от <.....> и <.....> представители не явились, уведомлены надлежащим образом, заявлено ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие представителя <.....> и <.....>.

УСТАНОВИЛА:

В Приморское УФАС России поступило обращение <.....>, в котором сообщается, что журнал «Рекламный проспект 25 регион» выпуск № 15 (декабрь 2015) (свидетельство о регистрации ПИ № ТУ 25-00530 от 06.07.2015) распространяется с признаками нарушения требований законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

Из пункта 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» следует, что 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.

Как следует из части 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе», реклама должна быть

добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с частью 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги или осуществляющего данную деятельность (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя и (если имеется) отчество).

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В соответствии с частью 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе» реклама медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. В распространяемой рекламе такое предупреждение должно составлять не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

В результате анализа вышеуказанных материалов, Приморским УФАС России установлено, что в выпуске журнала № 15 (декабрь 2015):

1. на странице 2 в рекламе «Сантехник САН» указано, что организация работает в кредит, однако, не указано наименование организации оказывающей такие финансовые услуги (часть 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе»);

2. на странице 2 в рекламе «Tele-Сomр» указано, что дешевле услуг не найти, однако, данное утверждение является некорректным по отношению к конкурентам (пункт 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе»);

3. на страницах 4-5 размещена реклама медицинских услуг (контурная пластика, фотоэпиляция, химический пилинг) салона красоты «Люкс», однако, данная реклама не содержит информацию с предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, или получения консультации специалистов (часть 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе»);

4. на странице 8 размещена реклама медицинского изделия (контактные линзы) магазина «Спасская оптика», однако, данная реклама не содержит информацию с предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, или получения консультации специалистов (часть 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе»).

Таким образом, вышеуказанные рекламные материалы размещались в вышеуказанном выпуске с нарушением части 1 статьи 28, пункта 1 части 3 статьи 5, части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе».

В соответствии частью 6 и 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе», ответственность за нарушение требований части 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе», части 7 статьи 24 ФЗ «О

рекламе», несет рекламодаделец и рекламодатель. За нарушение пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» несет рекламодаделец.

Из представленных письменных пояснений <.....> следует, что договоры на распространение вышеуказанной рекламы не заключались. Допущенные нарушения произошли не намеренно.

В материалы дела представлены квитанций оплаты за размещение вышеуказанной рекламы.

На основании вышеизложенного, с учетом имеющихся в деле документов и пояснений сторон, Комиссия пришла к заключению, что в журнале «Рекламный проспект 25 регион» выпуск № 15 (декабрь 2015) реклама «Сантехник САН» распространялась с нарушением части 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе», а реклама салона красоты «Люкс», магазина «Спасская оптика» распространялась с нарушением части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе». Реклама «Tele-Comp» распространялась с нарушением пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 ФЗ «О рекламе», в соответствии с пунктом 3.58 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы (далее – ФАС России) по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (Приказ ФАС России от 23.11.2012 № 711/12), а также руководствуясь пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей размещенную в журнале «Рекламный проспект 25 регион» выпуск № 15 (декабрь 2015) рекламу «Сантехник САН» распространявшуюся с нарушением части 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе», а рекламу салона красоты «Люкс», магазина «Спасская оптика» распространявшуюся с нарушением части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе». Рекламу «Tele-Comp» распространявшуюся с нарушением пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

3. Не выдавать <.....> предписание о прекращении нарушения требований части 1 статьи 28, пункта 1 части 3 статьи 5, части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе», в связи с окончанием срока распространения рекламы.

5. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Приморского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, ответственность за которые предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 23.06.2016. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном [статьей 198](#) Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

Члены Комиссии