

## РЕШЕНИЕ

11 августа 2010г.

г. Липецк

Резолютивная часть решения объявлена 10 августа 2010 года

Решение в полном объеме изготовлено 11 августа 2010 года

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

председатель: – И.о. руководителя управления Л.А. Черкашина,

члены комиссии: - зам. руководителя управления Г.И. Жданов,

- государственный инспектор Е.В. Пятых,

- государственный инспектор А.В. Тихомиров,

- специалист-эксперт И.А. Береснев,

рассмотрев дело № 54 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту нарушения ООО «Априка» (398050, г. Липецк, ул. Советская, д.7, ИНН 4826046359) требований ч.7 ст.24 ФЗ «О рекламе»,

в присутствии представителей:

<должностного лица ООО «Априка»>, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе,

### УСТАНОВИЛА:

В городе Липецке со стороны ул. Первомайская на фасаде здания (ул. Советская, 7) 20 июля 2010 года распространялась реклама в которой говорится: ««АПРИКА», 22-78-24, медицинский центр, УЗИ, холтер, ЭКГ».

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.

Указанная норма требует включить в содержание рекламы лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, медицинской техники один из видов предупреждения:

- о наличии противопоказаний к их применению и использованию (признак, указывающий на невозможность, нежелательность или вредность употребления);

- о необходимости ознакомления с инструкцией по применению объекта рекламирования;

- о необходимости получения консультации специалистов.

При этом в зависимости от вида объекта рекламирования рекламодатель самостоятельно вправе определить, какой из видов предупреждения использовать в рекламе.

В адрес рекламодателя за № 2875 от 21.07.2010 года был сделан письменный запрос о предоставлении полной информации о владельце указанной рекламы. В ответ ООО «Априка» предоставило информацию о том, что владельцем указанной рекламы является ООО «Априка», рекламная конструкция установлена на основании договора на право размещения рекламной конструкции с Негосударственным учреждением «Управление административными зданиями Федерации профсоюзов Липецкой области» от 01.12.2009 г. <...>, с одной стороны, и Общество с ограниченной ответственностью «Априка».

Реклама ООО «Априка» со стороны ул. Первомайская на фасаде здания (ул. Советская, 7) не содержит предупреждения о необходимости получения консультации специалиста.

В соответствии с указанными выше фактами реклама ООО «Априка» содержит признаки нарушения ч.7 ст.24 ФЗ «О рекламе».

На рассмотрении дела по рекламе № 54 10 августа 2010 года, присутствовало <должностное лицо>ООО «Априка», которое согласилось с допущенным нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пояснило, что 26.07.2010 года ООО «Априка» была изменена надпись на рекламной конструкции. Внесена фраза «Необходима консультация специалиста».

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 ООО «Априка», следующего содержания: ««АПРИКА», 22-78-24, медицинский центр, УЗИ, холтер, экг», поскольку в ней нарушены требования ч.7 ст.24 Федерального закона «О рекламе».
2. Не выдавать ООО «Априка» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, поскольку на данный момент реклама приведена в соответствие с требованиями законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Липецкого УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 КоАП РФ.