



УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Решение по делу № 137

г. Екатеринбург

Резолютивная часть Решения оглашена 17.11.2015

Решение в полном объеме изготовлено 03.12.2015

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

Председатель комиссии: <...> – заместитель руководителя управления,

Члены комиссии:

<...> – начальник отдела контроля за соблюдением законодательства о рекламе и недобросовестной конкуренцией,

<...> – специалист-эксперт отдела контроля за соблюдением законодательства о рекламе и недобросовестной конкуренцией,

при участии лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения рекламного законодательства:

- от Общества с ограниченной ответственностью «Редакция газеты «Новый Качканар» (далее – ООО «РГ «Новый Качканар» - <...> (по доверенности),

- от Общества с ограниченной ответственностью «Лечебный центр «Сейран» (далее – ООО «Лечебный центр «Сейран») – <...> (по доверенности),

- от Общества с ограниченной ответственностью «Адонис-плюс» (далее – ООО «Адонис-плюс») <...> (по доверенности),

рассматривая в рамках «Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе» (далее – «Правил»), утв. Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, дело № 137, возбужденное по признакам нарушения ч. 7 ст. 24, ст. 9, ст. 16 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 137 по признакам нарушения законодательства о рекламе было возбуждено в отношении ООО «РГ «Новый Качканар», ООО «Адонис-плюс», ООО «Лечебный центр «Сейран» Определением от 12.10.2015 на основании

сведений, содержащихся в заявлении физического лица о распространении в газете «Новый Качканар» рекламы с признаками нарушения рекламного законодательства.

Рассмотрение дела было назначено Определением от 12.10.2015 на 17.11.2015.

При рассмотрении дела установлено:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области поступило заявление физического лица (вх. № 01-17684 от 13.08.2015) о распространении в газете «Новый Качканар» рекламы с признаками нарушения ФЗ «О рекламе».

1. Как указывает заявитель, в газете «Новый Качканар» (№ 19 от 20.05.2015 и № 20 от 27.05.2015) на стр. 23 обоих номеров размещена реклама медицинского центра «Адонис-плюс», в которой, в том числе, содержалось указание на медицинские услуги, методы профилактики, диагностики: *«УЗИ специалистов; невролог, ЛОР. Обследование: УЗИ органов брюшной полости, почек, щитовидной и молочных желез, ТРУЗИ и других органов; УЗИ гайморовых пазух; ЭЭГ, РЭК, ЭКГ; криодеструкция жидким азотом (удаление бородавок, папиллом, гемангиом и др.)»*

В № 21 газеты «Новый Качканар» от 03.06.2015 на стр. 23 размещена реклама медицинского центра «Сейран»: *«Лечебный центр «Сейран». Очередные консультационные приемы врачей состоятся: 6 июня – невролог (г. Лесной); 20 июня – кардиолог (г. Екатеринбург, больница № 41), 20 июня – маммолог (онкоцентр, г. Екатеринбург)»*.

Указанные выше материалы, по мнению заявителя, распространяются с нарушением требований ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе», так как реклама медицинских услуг размещена в СМИ «Новый Качканар» без сопровождающего предупреждения о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. Причем, такому предупреждению должно быть отведено не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

Ответственность за нарушение ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе» несут как рекламодатель, так и рекламораспространитель.

2. В № 27 газеты «Новый Качканар» от 15.07.2015 на стр. 22 была размещена реклама акции натяжных потолков: *«Натяжные потолки. Акция! При заказе 2 потолков – 3-й в подарок! Тел.»*

Данная реклама, по мнению заявителя, распространяется с признаками нарушения ст. 9 ФЗ «О рекламе», так как в данной рекламе не указаны сроки проведения такого мероприятия, а также в рекламе не указан источник информации об организаторе такого мероприятия, правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

В соответствии со ст. 9 ФЗ «О рекламе» в рекламе, сообщающей о проведении конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара, должны быть указаны:

- 1) сроки проведения такого мероприятия;
- 2) источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

Ответственность за нарушение ст. 9 ФЗ «О рекламе» несут как рекламодатель, так и рекламодатель.

3. В газете «Новый Качканар» (№ 27 от 15.07.2015) на стр. 8 была размещена рекламная статья под заголовком «Задерживают зарплату – в суд». Данная статья, по мнению заявителя, направлена на привлечение внимания к юридическому агентству «Фемида», то есть фактически является рекламой указанного юридического агентства. СМИ «Новый Качканар» - издание, не специализирующееся на сообщениях и материалах рекламного характера. Однако, в нарушение ст. 16 ФЗ «О рекламе» указанная рекламная статья не сопровождается пометкой «реклама», «на правах рекламы».

В соответствии со ст. 16 ФЗ «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. Требование о соблюдении указанного объема не распространяется на периодические печатные издания, которые зарегистрированы в качестве специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера и на обложке и в выходных данных которых содержится информация о такой специализации.

Ответственность за нарушение требований ст. 16 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель.

В заседании Комиссии, а также в письменных пояснениях (вх. № 01-19971 от 17.09.2015, вх. № 01-23303 от 06.11.2015) ООО «РГ «Новый Качканар» сообщило следующее:

1. Реклама ООО «Адонис-Плюс».

Данная реклама была размещена в газете «Новый Качканар» на основании договора от 12.01.2015 об оказании рекламных услуг.

В рамках указанного договора ООО «Адонис-Плюс» представляет по электронной почте в редакцию газеты «Новый Качканар» текст планируемой к размещению рекламы, а верстает макет сотрудник редакции газеты. Сверстанный макет направляется ООО «Адонис-Плюс» для согласования по электронной почте.

Реклама медицинского центра размещалась в газете «Новый Качканар» с момента подписания договора с предупреждающей надписью, однако в мае 2015 г. менеджер по рекламе, ответственный за распространение в указанной газете рекламы в соответствии с требованиями рекламного законодательства, находился в очередном отпуске.

В этот период реклама ООО «Адонис-Плюс» была другого формата и по недосмотру сотрудника, замещавшего менеджера по рекламе, предупреждающая надпись «слетела» из рекламного макета.

В настоящее время реклама медицинского центра «Адонис-Плюс» распространяется с требуемым ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе» предупреждением.

2. Реклама лечебного центра «Сейран» размещается в газете «Новый Качканар» на основании договора от 12.01.2015 на основании договора об оказании рекламных услуг.

В рассматриваемом объявлении центра «Сейран» речь идет о консультационных услугах, а не о лечебных. Чтобы проконсультировать нуждающихся в г. Качканар специально приезжают специалисты из разных городов для проведения именно консультаций, так как в г. Качканаре нет специалистов по многим профилям: кардиология, неврология, маммография, эндокринология. Информацию о дате приезда врачей сотрудник центра «Сейран» сообщает по телефону в редакцию газеты «Новый Качканар». Рекламный макет изготовлен редакцией газеты «Новый Качканар», с ООО «Сейран» не согласовывался.

3. Реклама натяжных потолков. Руководство фирмы «Натяжные потолки» проводило в июле разовую акцию, о которой сообщается в рекламе. Об условиях акции рекламодатель редакции газеты не сообщил, но ООО «РГ «Новый Качканар» данная реклама не была воспринята как стимулирующее мероприятие, потому не были указаны требуемые ст. 9 ФЗ «О рекламе» сведения. Договор с рекламодателем не заключался, а потому ООО РГ «Новый Качканар» не обладает сведениями о рекламодателе.

Данная реклама была размещена только в июльском номере газеты «Новый Качканар». В настоящее время организация, дававшая объявление об акции «натяжные потолки...» закрылась.

4. Статья «Задерживают зарплату – в суд». В редакцию газеты «Новый Качканар» обратился читатель с вопросом: «Что делать и куда обратиться, если ему не выплачивают два месяца зарплату?». ООО «Редакция газеты «Новый Качканар» переадресовало данный вопрос специалистам, и юрист Е. Дианова юридического агентства «Фемида» дала исчерпывающую информацию. Редакция газеты «Новый Качканар» рассматривала данную статью исключительно ответом на поставленный вопрос.

В заседании Комиссии ООО «Адонис-Плюс», а также в письменном объяснении (вх. № 01-23070 от 03.11.2015) нарушение рекламного законодательства в своих действиях не признало, указав следующее:

ООО «Адонис-Плюс» осуществляет свою деятельность на основании лицензии № ЛО-60-01- 0033442 от 09.07.2015 (предыдущая № ЛО-66-01-00131 8 от 02.03.2012) на осуществление медицинской деятельности.

Прием, лечение и обследование пациентов осуществляется специалистами, имеющими соответствующие дипломы, сертификаты и квалификацию, соответствующую заявленной в рекламе. При приеме на работу осуществляется строгий отбор специалистов, проводится проверка дипломов, сертификатов, удостоверений повышения квалификации.

В Обществе нет юриста, размещением рекламы занималась бухгалтер, которая и определяла, и предоставляла в редакцию газеты «Новый Качканар» текст планируемой к размещению рекламы.

В редакции газеты ООО «Адонис-Плюс» размещает рекламу не в первый раз и устно договорились, что, поскольку непосредственно ООО «РГ «Новый Качканар» изготавливает макет рекламы медицинского центра «Дионис-Плюс», постольку оно и должно включать в рекламный макет необходимую предупреждающую надпись. Перед каждым размещением рекламы, ООО «Адонис-Плюс» звонит в редакцию газеты «Новый Качканар» и просит разместить его рекламу, указывая текст рекламного объявления и напоминает, что предупреждающая надпись должна быть.

Текст рекламы направляется ООО «Адонис-Плюс» в редакцию газеты по электронной почте.

Реклама медицинского центра «Дионис-Плюс» без надписи, предусмотренной ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе», распространялась только в двух майских номерах газеты «Новый Качканар». По мнению ООО Адонис-Плюс», реклама была размещена без необходимой надписи по недосмотру ООО «РГ «Новый Качканар», так как в иных номерах данной газеты реклама ООО Адонис-Плюс» размещалась с предупреждающей надписью. Кроме того, в этот же период в номерах другой газеты, распространяемой в г. Нижняя Тура, реклама услуг ООО Адонис-Плюс» размещалась в соответствии с ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе».

ООО «Лечебный центр «Сейран» в письменном пояснении (вх. № 01-23375 от 09.11.2015), а также в заседании Комиссии нарушение в своих действиях не признало, указав следующее:

Реклама услуг ООО «Сейран» в газете «Новый Качканар» размещается всегда с указанием номера лицензии на осуществление медицинской деятельности и с предупреждающей надписью. Без необходимой надписи реклама была размещена только в № 21 газеты «Новый Качканар».

Текст рассматриваемой рекламы был передан в редакцию газеты «Новый Качканар» по телефону – в редакцию были сообщены даты приема конкретных врачей, которые приезжают для проведения консультаций. Эта необходимость вызвана отсутствием в г. Качканаре специалистов по многим направлениям: кардиология, неврология, маммография, эндокринология.

Самостоятельно ООО «Лечебный центр «Сейран» рекламное объявление не разрабатывает, так как в штате Общества нет юриста. Рассматриваемый рекламный макет изготовлен редакцией газеты «Новый Качканар» без согласования с ООО «Лечебный центр «Сейран».

В рамках рассмотрения поступившего заявления на запрос Управления Министерство здравоохранения Свердловской области сообщило следующее:

Медицинские центры города Качканара ООО «Адонис-Плюс» и ООО Лечебный центр «Сейран» имеют действующие бессрочные лицензии на осуществление медицинской деятельности.

1. В соответствии с «ОК 004-93. Общероссийский классификатор видов экономической деятельности, продукции и услуг» (утв. Постановлением Госстандарта России от 06.08.1993 № 17) (ред. от 12.12.2012) (Часть III разделы D (коды 3510000 – 3720000), E – Q, часть IV) УЗИ (ультразвуковые исследования) и ТРУЗИ (трансуретральные ультразвуковые исследования) относятся к методам ультразвуковой диагностики; ЭЭГ (электроэнцефалография), РЭГ (реоэнцефалография) и ЭКГ (электрокардиография) относятся к методам функциональной диагностики. Все перечисленные выше исследования относятся к специальным видам исследований и диагностических процедур.

8512000 Услуги по амбулаторному лечению, предоставляемые поликлиниками и частной врачебной практикой,

8512250 Специальные виды исследования и процедуры, предоставляемые врачами в поликлиниках,

8512301 Функциональная диагностика (сердечнососудистой системы, дыхания и обмена веществ, желудочно-кишечного тракта) – нейрофизиологические методы исследования (эхосфигмографические, электроэнцефалография и прочие),

8512302 Функциональная диагностика (сердечнососудистой системы, дыхания и обмена веществ, желудочно-кишечного тракта) – сосудистые методы исследования (капилляроскопия, реовазография, реофаллография и прочие),

8512303 Функциональная диагностика (сердечнососудистой системы, дыхания и обмена веществ, желудочно-кишечного тракта) – ультразвуковые исследования (диагностика сердечно сосудистой системы, внутренних органов, головного мозга и прочие),

8512304 Функциональная диагностика (сердечнососудистой системы, дыхания и обмена веществ, желудочно-кишечного тракта) – рентгенологические исследования (зонография печени, маммография, томография компьютерная и прочие).

Федеральным законом от 21.11.2011 № 323-ФЗ (ред. от 13.07.2015, с изм. от 30.09.2015) «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» в п. 4 статьи 2 дано определение медицинской услуги. Медицинская услуга – медицинское вмешательство или комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение.

Номенклатура медицинских услуг утверждена приказом Минздравсоцразвития России от 27.12.2011 № 1664н (ред. от 10.12.2014) «Об утверждении номенклатуры медицинских услуг». К медицинским услугам отнесены и приемы врачей специалистов.

В соответствии с данным приказом криодеструкция так же отнесена к медицинским услугам, например криодеструкция новообразований печени (А16.14.037.001), лапароскопическая криодеструкция новообразований печени (А16.14.037.001).

Рассмотрев представленные материалы, заслушав доводы и возражения сторон, Комиссия приходит к следующим выводам:

Целями ФЗ «О рекламе» являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

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 или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке (п. 1 ст. 3 ФЗ «О рекламе»).

Объект рекламирования – 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.

1. В газете «Новый Качканар» (№ 19 от 20.05.2015 и № 20 от 27.05.2015) на стр. 23 обоих номеров размещалась реклама медицинского центра «Адонис-плюс», в которой, в том числе, содержала следующую информацию: *«УЗИ специалистов: невролог, ЛОР. Обследование: УЗИ органов брюшной полости, почек, щитовидной и молочных желез, ТРУЗИ и других органов; УЗИ гайморовых пазух; ЭЭГ, РЭК, ЭКГ; криодеструкция жидким азотом (удаление бородавок, папиллом, гемангиом и др.)»*.

В № 21 газеты «Новый Качканар» от 03.06.2015 на стр. 23 размещена реклама медицинского центра «Сейран»: *«Лечебный центр «Сейран». Очередные консультационные приемы врачей состоятся: 6 июня – невролог (г. Лесной); 20 июня – кардиолог (г. Екатеринбург, больница № 41), 20 июня – маммолог (онкоцентр, г. Екатеринбург)»*.

Указанные рекламные объявления были размещены в СМИ «Новый Качканар» без сопровождающей надписи, предусмотренной ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе».

Согласно ст. 2 Федерального закона от 21.11.2011 № 1373-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» (далее – ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации»): «3) медицинская помощь – комплекс мероприятий, направленных на поддержание и (или) восстановление здоровья и включающих в себя предоставление медицинских услуг; 4) медицинская услуга – медицинское вмешательство или комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение».

ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» дано понятие «медицинская услуга – медицинское вмешательство или комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение».

В рекламе медицинского центра «Адонис-плюс» потребителям предлагаются такие работы, услуги, как УЗИ специалистов, ЭЭГ, ТРУЗИ, РЭК, ЭКГ; криодеструкция жидким азотом (удаление бородавок, папиллом, гемангиом и др.).

УЗИ, (ультразвуковые исследования), ТРУЗИ (трансуретральные ультразвуковые исследования) относятся к методам ультразвуковой диагностики. ЭЭГ (электроэнцефалография), РЭГ (реоэнцефалография) и ЭКГ (электрокардиография) относятся к методам функциональной диагностики. Все перечисленные выше исследования относятся к специальным видам исследований и диагностических процедур. Указанная в рекламе услуга криодеструкция относится, как указало Министерство здравоохранения Свердловской области, относится к медицинской услуге, а потому реклама медицинского центра «Адонис-плюс» должна сопровождаться предупреждением, предусмотренным ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе».

Также Номенклатурой медицинских услуг, утвержденной Минздравсоцразвития России «Об утверждении номенклатуры медицинских услуг» к медицинским услугам отнесены и приемы врачей специалистов.

В рекламе медицинского центра «Сейран» указывается о приеме таких врачей, как невролог, кардиолог, маммолог, а значит реклама лечебного центра «Сейран»

должна сопровождаться предупреждением, предусмотренным ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе» реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий 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.

Ответственность за нарушение ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе» несет как рекламодатель, так и рекламораспространитель (ст. 38 ФЗ «О рекламе»).

Рекламопроизводитель несет ответственность в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

Рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Рекламодателем рекламы медицинского центра «Адонис-плюс» является ООО «Адонис-плюс».

Как установлено материалами дела, ООО «Адонис-плюс» по электронной почте направило ООО «РГ «Новый Качканар» рекламу услуг медицинского центра «Адонис-плюс», указав о необходимости включения в рекламу предупреждения, предусмотренного ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе».

Рекламу медицинского центра «Адонис-плюс» изготовило ООО РГ «Новый Качканар», перед размещением в печатном издании с рекламодателем макет не согласовало.

Материалами дела также установлено, что ООО Лечебный центр «Сейран» передало для размещения в СМИ «Новый Качканар» текст рекламы лечебного центра «Сейран». Макет рекламы был разработан ООО «РГ «Новый Качканар» с рекламодателем также не согласовывался.

Таким образом, ООО «РГ «Новый Качканар» изготовило рекламные материалы ООО «Адонис-плюс», ООО «Лечебный центр «Сейран» и в дальнейшем распространило их с нарушением ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе».

Рекламопроизводителем и рекламораспространителем рекламных объявлений медицинского центра «Адонис-плюс», лечебного центра «Сейран» является ООО «РГ «Новый Качканар».

2. В № 27 газеты «Новый Качканар» на стр. 8 была размещена рекламная статья под заголовком «Задерживают зарплату – в суд!». Данная статья, по мнению заявителя, направлена на привлечение внимания к юридическому агентству «Фемида», то есть фактически является рекламой указанного юридического агентства. СМИ «Новый Качканар» - издание, не специализирующееся на сообщениях и материалах рекламного характера. Однако, в нарушение ст. 16 ФЗ «О рекламе» указанная рекламная статья не сопровождается пометкой «реклама», «на правах рекламы».

Довод ООО «РГ «Новый Качканар», что рассматриваемая информация, не является рекламной, так как в статье «Задерживают зарплату – в суд!» юрист юридического агентства «Фемида» отвечает на вопрос читателя, не может быть принят Управлением как обоснованный по следующим основаниям:

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 или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Объект рекламирования – 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.

В данной статье даны советы юриста конкретного юридического агентства «Фемида» на поставленный читателем газеты «Новый Качканар» вопрос, что делать, когда задерживают зарплату.

Юридическая компания (агентство, фирма) — форма юридической практики, связанная с организованным оказанием юридических услуг, в том числе даче консультаций о законодательном разрешении какой-либо ситуации.

Рассматриваемая статья начинается с указания, юрист какого юридического агентства (юридическое агентство «Фемида») отвечает на поставленный читателем СМИ вопрос. В конце статьи указаны наименование юридического агентства, его адрес, телефон.

То есть, любой читатель печатного издания «Новый Качканар», прочитав данную статью, может самостоятельно обратиться в юридическое агентство «Фемида» за получением юридической помощи.

Таким образом, статья «Задерживают зарплату – в суд!» адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – юридическому агентству «Фемида», оказываемым данным агентством услугах, формирует и поддерживает интерес к юридическому агентству и продвигает его на рынке, то есть отвечает всем признакам рекламы.

В соответствии со ст. 16 ФЗ «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. Требование о соблюдении указанного объема не распространяется на периодические печатные издания, которые зарегистрированы в качестве специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера и на обложке и в выходных данных которых содержится информация о такой специализации.

Печатное издание «Новый Качканар» зарегистрировано в качестве средства массовой информации (свидетельство о регистрации СМИ ПИ № ТУ66-01247 от 13.11.2013), примерная тематика газеты – информационная, общественно-политическая, то есть, не специализируется на сообщениях и материалах рекламного характера.

Таким образом, размещение рекламы в газете «Новый Качканар» должно сопровождаться пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы».

Рекламная статья «Задерживают зарплату – в суд!», размещенная в газете «Новый Качканар», не сопровождалась пометкой «реклама» или «на правах рекламы» в нарушение ст. 16 ФЗ «О рекламе».

Ответственность за нарушение ст. 16 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель.

Рекламодателем данной рекламной статьи является ООО «РГ «Новый Качканар».

3. В № 27 газеты «Новый Качканар» на стр. 22 была размещена реклама акции натяжных потолков: *«Натяжные потолки. Акция! При заказе 2 потолков – 3-й в подарок! Тел.»*.

В соответствии со ст. 9 ФЗ «О рекламе» в рекламе, сообщающей о проведении конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара, должны быть указаны:

- 1) сроки проведения такого мероприятия;
- 2) источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

Ответственность за нарушение ст. 9 ФЗ «О рекламе» несут как рекламодатель, так и рекламодатель.

Как указало ООО «РГ «Новый Качканар», рассматриваемая реклама размещалась только в одном номере газеты «Новый Качканар», договор на размещение не заключался, сведениями о рекламодателе ООО «РГ «Новый Качканар» не обладает. Кроме того, по данным ООО «РГ «Новый Качканар», организация, которая размещала рекламу акции «натяжные потолки...», в настоящее время деятельность не осуществляет.

Также ООО «РГ «Новый Качканар» сообщило, что рекламодателем данной рекламы не представлены условия рекламируемой акции.

То есть, в Управлении отсутствуют сведения о рекламодателе рассматриваемой рекламы.

Более того, в Письме ФАС России от 02.12.2011 № АК/44977 «О разъяснении некоторых положений Федерального закона «О рекламе» указано: в статье 9 ФЗ «О рекламе» в качестве отдельного объекта, к рекламе которого установлены специальные требования, выделяет стимулирующее мероприятие – стимулирующую

лотерею, конкурс, игру, иное подобное мероприятие, условием участия в которых является приобретение определенного товара и возможность получения выигрыша (приза, подарка).

При этом мероприятие, по условиям которого одинаковые подарки предоставляются всем лицам, совершившим покупку, не подпадает под понятие стимулирующего мероприятия, предусмотренного статьей 9 Федерального закона «О рекламе», и на рекламу такого мероприятия не распространяются требования статьи 9 Федерального закона «О рекламе», поскольку подарок, предоставленный всем лицам, совершившим покупку, может рассматриваться как часть стоимости товара, возвращенная покупателю, соответственно такие подарки не рассматриваются как призы и выигрыши покупателей.

Поскольку в Управлении отсутствуют условия рекламируемой акции, отсутствуют сведения о том, всем ли обратившемуся по данной акции 3-й потолок был предоставлен в подарок, постольку невозможно однозначно определить, подпадает ли под понятие стимулирующего мероприятия рекламируемая акция «натяжные потолки...», невозможно однозначно определить, распространяются ли на данную рекламу требования ст. 9 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с п. 7 ч. 2 ст. 33 ФЗ «О рекламе» Антимонопольный орган вправе применять меры ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях;

За нарушение рекламного законодательства ч. 5 ст. 14.3 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность.

Согласно п. 43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе (утвержденных Постановлением Правительства РФ № 508 от 17.08.2006) дата изготовления Решения в полном объеме считается датой принятия решения.

Как установлено материалами дела, реклама без предупреждающей надписи, предусмотренной ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе», медицинского центра «Адонис-плюс» размещалась в № 19 от 20.05.2015, № 20 от 27.05.2015, лечебного центра «Сейран» в № 21 от 03.06.2015; рекламная статья «Задерживают зарплату – в суд!» была размещена в № 27 от 15.07.2015; иными способами указанные рекламные материалы не распространялись, следовательно, необходимость в выдаче предписания о прекращении распространения ненадлежащей рекламы отсутствует.

В резолютивной части Решения Комиссия указывает на необходимость передачи дела должностному лицу Управления для рассмотрения дела об административном правонарушении по ч. 1, ч. 5 ст. 14.3 КоАП РФ.

Согласно п. 1 ч. 1 ст. 28.1 КоАП РФ поводом к возбуждению дела об административном правонарушении является, в том числе, непосредственное обнаружение должностными лицами, уполномоченными составлять протоколы об административных правонарушениях, достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения.

В соответствии с пунктом 1 статьи 25.1 КоАП РФ лицо, в отношении которого возбуждено производство по делу об административных правонарушениях, вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства, отводы, пользоваться юридической помощью защитника, а также иными процессуальными правами в соответствии с КоАП РФ.

На основании изложенного, руководствуясь ст. ст. 33 – 36 ФЗ «О рекламе», в соответствии с п. 37 – 43 «Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе», утв. Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006г. № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу медицинского центра «Адонис-плюс», размещенную в газете «Новый Качканар» № 19 от 20.05.2015, № 20 от 27.05.2015; рекламу лечебного центра «Сейран», размещенную в газете «Новый Качканар» № 21 от 03.06.2015 ненадлежащей, нарушающей требования ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе», так как реклама медицинских услуг не сопровождается предупреждением о возможных противопоказаниях.

Признать рекламу юридического агентства «Фемида», размещенную в № 27 от 15.07.2015 газеты «Новый Качканар» ненадлежащей, нарушающей требования ст. 16 ФЗ «О рекламе», поскольку данная реклама, распространяемая в СМИ, не специализирующемся на сообщениях и материалах рекламного характера, не сопровождалась пометкой «реклама» или «на правах рекламы».

2. Делопроизводство в отношении ООО «Адонис-плюс», ООО «Лечебный центр «Сейран» прекратить в связи с неподтверждением в их действиях нарушения рекламного законодательства.

3. Делопроизводство по факту распространения рекламы акции «натяжные потолки», распространенной в № 27 от 15.07.2015 газеты «Новый Качканар» прекратить в связи с неподтверждением в ходе рассмотрения дела нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

4. Предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства ООО «РГ «Новый Качканар» не выдавать.

5. Законному представителю ООО «РГ «Новый Качканар» (ст. 25.4 КоАП РФ – законными представителями юридического лица в соответствии с настоящим Кодексом являются его руководитель, а также иное лицо, признанное в соответствии с законом или учредительными документами органом юридического лица. Полномочия законного представителя юридического лица подтверждаются документами, удостоверяющими его служебное положение) надлежит явиться в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 318) <...> для составления протокола об административном правонарушении по ч. 1, ч. 5 ст. 14.3 КоАП РФ с документами, удостоверяющими личность.

6. Передать материалы дела должностному лицу Свердловского УФАС России, уполномоченному составлять протоколы об административных правонарушениях, для дальнейшего осуществления производства по делу об административном правонарушении по ст. 14.3 КоАП РФ по факту действия/бездействия директора ООО «РГ «Новый Качканар».

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