

РЕШЕНИЕ

по делу № 033/05/24-135/2019

Решение в полном объеме изготовлено 12 апреля 2019 года
Резолютивная часть оглашена 11 апреля 2019 г.

г. Владимир

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

«_____» – председатель Комиссии (заместитель руководителя Владимирского УФАС России),

«_____» – член Комиссии (главный специалист – эксперт отдела контроля торгов и недобросовестной конкуренции),

«_____» – член Комиссии (ведущий специалист-эксперт отдела контроля антимонопольного законодательства и органов власти),

в отсутствие лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

- ИП Л. (ИНН 331201680958, ОГРНИП 318332800055098);

- представителя редакции газеты «Районка, 21 век» (регистрационный номер ПИ №ТУ33-00089 от 20.08.2010),

рассмотрев дело № 033/05/24-135/2019, возбужденное по признакам нарушения требований п.3 ч.1 и ч.7 ст.24 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 "О рекламе" по факту распространения рекламной статьи в газете « Районка, 21 век» выпуск №4 (420) от 31.01.2019 на стр. 2 следующего содержания «Оптика Zoom: приближает хорошее зрение..на правах рекламы»,

установила:

Владимирское УФАС России в процессе осуществления государственной функции по контролю за соблюдением норм Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» установило факт размещения в газете «Районка,21 век», выпуск №4 (420) от 31.01.2019 на

стр. 2 рекламной статьи «Оптика Zoom: приближает хорошее зрение..на правах рекламы», не соответствующей ФЗ «О рекламе», поскольку содержит признаки нарушения п.3 ч. 1 и ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе».

Распространение такой рекламы подтверждено документами и материалами, предоставленными рекламодателем ИП Л.– договор №309 от 20 января 2019г. на предоставление информационных услуг в газете «Районка,21 век» (действующий до 31 декабря 2019г.), приложение №2 к договору № 309 от 20 января 2019 г. (п.4 образец макета для размещения в газете) и кассовыми чеками за оказанные услуги.

По указанному факту распространения рекламы 22.02.2019г. Антимонопольным органом было возбуждено производство по делу № 033/05/24-135/2019 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, о чем вынесено определение и назначена дата рассмотрения дела на 11.03.2019.

Владимирским УФАС России было получено ходатайство от главного редактора газеты «Районка, 21 век» В. (вх. № 1419 от 06.03.2019) о рассмотрении дела 033/05/24-135/2019 в отсутствие представителя газеты «Районка, 21 век». В. пояснил, что при распространении спорной рекламной статьи вменяемые нарушения были допущены по вине редакции газеты «Районка, 21 век» и с нарушениями полностью согласен.

В связи с неявкой и отсутствием надлежащего уведомления представителей ИП Л., было вынесено определение об отложении и продлении срока рассмотрения дела № 033/05/24-135/2019 на 11 апреля 2019г.

Владимирским УФАС России было получено ходатайство от ИП Л. (вх. № 2273 от 08.04.2019) о рассмотрении дела 033/05/24-135/2019 в её отсутствие. Л. указала, что рекламная статья «Оптика Zoom: приближает хорошее зрение» была опубликована без согласования с рекламодателем.

В рамках рассмотрения дела, Комиссией выяснено, что макет для размещения в газете «Районка, 21 век» указан в приложении №2 к действующему договору № 309 от 20 января 2019г, заверенный подписью и печатью обеими сторонами договора (ООО «Интранить» и ИП Лебедева И.В.). На основании этого, Комиссия опровергает довод ИП Л. об отсутствии согласования макета статьи «Оптика Zoom: приближает хорошее зрение» с рекламодателем.

Исследовав материалы дела №033/05/24-135/2019, Комиссия приходит к следующим выводам.

В соответствии со статьей 3 ФЗ «О рекламе» рекламой признается 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. При этом объектом рекламирования назван товар - продукт деятельности, в том числе работа, услуга, предназначенные для продажи, обмена или иного введения в оборот, средство его индивидуализации, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятия, на привлечение, к которым направлена реклама.

Информация, размещенная на рекламной статье газеты «Районка, 21 век», выпуск №4 (420) от 31.01.2019 на стр. 2, содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; преследует строго заданные цели информирования: продвижение товара, призвана формировать и поддерживать интерес к товарам, предоставляемым хозяйствующими субъектами, указанными в объявлениях.

Согласно приказу Министерства здравоохранения Российской Федерации от

06.06.2012 №4н "Об утверждении номенклатурной классификации медицинских изделий" очки (код 11.10 линзы очковые и сопутствующие изделия), контактные линзы (код 11.9 линзы контактные и сопутствующие изделия) относятся к виду офтальмологических медицинских изделий N 11.

Согласно п. 3 ч. 1 ст. 24 Федерального закона "О рекламе" реклама медицинских изделий не должна содержать выражение благодарности физическими лицами в связи с использованием объекта рекламирования.

В рекламной статье салона оптики «Zoom», распространяемой в газете «Районка, 21 век» девушка по имени Наталья делится своими впечатлениями от сервиса: «Очень понравился персонал. мне рассказали много полезного, дали рекомендации по сохранению здоровья глаз. А потом не только помогли подобрать очки, но и подняли настроение. Я всем довольна и буду советовать «Оптику Zoom» своим знакомым», что противоречит требованиям пункта п. 3 ч. 1 ст. 24 Федерального закона "О рекламе".

В соответствии с ч. 7 ст. 24 38-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).

В данной рекламной статье отсутствует предупреждение о наличии противопоказаний к применению медицинских изделий, необходимости получения консультации специалистов, что содержит признаки нарушения части 7 статьи 24 Закона «О рекламе».

Таким образом, в рекламной статье, размещенной в газете «Районка, 21 век», выпуск №4 (420) от 31.01.2019 г. на стр. 2 следующего содержания «Оптика Zoom: приближает хорошее зрение..на правах рекламы», содержатся нарушения п.3 ч. 1 и ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе».

Исходя из имеющихся у антимонопольного органа материалов следует, что рекламодателем является ИП Л. (ИНН 331201680958, ОГРНИП 318332800055098), рекламораспространителем - редакция газеты «Районка, 21 век» (Свидетельство о регистрации ПИ №ТУ33- 00089 от 20 августа 2010г.).

В рамках рассмотрения дела № 033/05/24-135/2019 установлено, что в соответствии с пунктом 7.1. Договора от 20.01.2019 № 309 договор на предоставление информационных услуг в газете «Районка, 21 век» действует до 31.12.2019. На основании вышеизложенного, Комиссией по рассмотрению дела установлены основания для выдачи предписания.

Комиссия, руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального Закона № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

решила:

1. Признать рекламную статью, размещаемую в газете «Районка, 21 век», выпуск №4 (420) от 31.01.2019 г. на стр. 2 следующего содержания «Оптика Zoom: приближает хорошее зрение..на правах рекламы», ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования п.3 ч. 1 и ч. 7 ст. 24 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 "О рекламе".

2. Выдать редакции газеты «Районка, 21 век» (Свидетельство о регистрации ПИ №ТУ33- 00089 от 20 августа 2010г.) предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

Председатель Комиссии

« _____ »

Члены Комиссии

« _____ »

« _____ »