



**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ
ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

**РЕШЕНИЕ
по делу № 31**

Резолютивная часть оглашена 27.09.2018
В полном объеме изготовлено 11.10.2018

г. Екатеринбург

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

- <...> – заместитель руководителя управления, председатель Комиссии,
 - <...> – начальник отдела контроля органов власти, член Комиссии,
 - <...> – специалист-эксперт отдела контроля органов власти, член Комиссии,
- с участием в качестве:

- заявителя – Управления Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Уральскому федеральному округу (далее – Управление Роскомнадзора по УрФО) – не явилось, извещено,

- лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:
ООО «Новое РА Плюс» - директор <...>,

рассмотрев в рамках Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утв. Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, далее – Правила рассмотрения дел) и Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утв. Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12, далее – Административный регламент), дело, возбужденное по признакам нарушения ч. 3 ст. 14, ч. 7 ст. 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 31 по признакам нарушения рекламного законодательства было возбуждено в отношении ООО «Новое РА Плюс» определением от 07.08.2018 на основании заявления Управления Роскомнадзора по УрФО (вх. № 01-11066 от 01.06.2018) и иных материалов о распространении рекламы, транслируемой в эфире СМИ «Телеканал РИМ» 12.05.2018 в период с 00:00:00 до 01:00:00, а также в период с 03:00:00 до 04:00:00 с признаками нарушения ч. 3 ст. 14, ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

Рассмотрение дела определением от 07.08.2018 назначено на 28.08.2018 в 12 час. 00 мин. Определением от 28.08.2018 рассмотрение дела отложено на 27.09.2018 в 17 час. 00 мин.

При рассмотрении дела установлено следующее.

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области поступило заявление Управления Роскомнадзора по УрФО (вх. №01-11066 от 01.06.2018) о превышении объема рекламы, транслируемой в эфире СМИ «Телеканал РИМ» 12.05.2018 в период с 00:00:00 до 01:00:00, а также в период с 03:00:00 до 04:00:00, что противоречит требованиям ч.3 ст.14 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), что подтверждается приложенной к заявлению записью эфира. Заявитель указал, что телеканал

«Телеканал РИМ» в соответствии со свидетельством о регистрации СМИ Эл№ФС77-49087 от 22.03.2012 не специализируется на сообщениях и материалах рекламного характера.

В ходе анализа представленной записи эфира установлено следующее:

1. **12.05.2018 в период с 00:00:00 до 01:00:00** в эфире «Телеканала РИМ» была распространена реклама:

1) реклама компании «Экнофорт» (4 сек.);
2) рекламный блок: окна «Экнофорт», компания по прокату инструмента, автомойка, кафе «Арагат», «Кировский», «Планета», кафе «Любимый город», «салон «Природный камень» (2 мин. 54 сек.);

3) спонсорская реклама «Уралстройгарант» (16 сек. и 17 сек.);

4) реклама «Уралстройгарант» (21 сек.);

5) в программе «Панорама бизнеса» реклама «Кафе Меркурий» (указано наименование, адрес и телефон «кафе «Меркурий». Тел. 8-908-633-03-7, ул. Мусоргского, 4) (1 мин. 42 сек.);

6) в программе «Покупай» реклама компании «Остров комфорта»: в ходе передачи неоднократно появляется путем наложения на кадр заставка «*«Остров комфорта». Пр. Победы, 40б, тел. (3439) 380-502, 8-950-200-1-200, сайт: www.ostrov-k.com, почта: office@ostrov-k.com*», продемонстрирована наружная реклама на входе в помещение, занимаемое компанией, в которой приведено наименование организации, сайт, телефон, виды оказываемых услуг (*«окна, балконы, натяжные потолки, сейф-двери, шкафы-купе, жалюзи»*), показана вывеска с наименованием «Остров комфорта», продемонстрированы визитки, сертификаты, интервью руководителя компании проходит на фоне стены с наименованием «Остров комфорта», на соответствующих заставках указано, какую компанию представляют руководитель и менеджер, дающие интервью, менеджер компании, а также сотрудник детского сада называют компанию, характеризуют ее и ее сотрудников (14 мин. 17 сек).

Таким образом, общая продолжительность рекламы в течение часа составила 19 мин. 51 сек., что составляет 32% вещания в течение часа, что противоречит требованиям ч.3 ст.14 Закона о рекламе.

2. **12.05.2018 в период с 03:00:00 до 04:00:00** в эфире «Телеканала РИМ» была распространена реклама в передаче «Комильфо», являющейся по своей сути передачей рекламного характера:

1) Бутик «Miss Kiss»: ведущая приглашает в бутик «Miss Kiss», в ходе передачи неоднократно появляется путем наложения на кадр заставка «Miss Kiss», пр. Победы, 36, тел. 32-35-20, на соответствующей заставке указано, какую компанию представляет директор, использованы фразы: «Есть ряд вещей, которые 100% будут в нашей коллекции в магазине...», «Miss Kiss» вам всегда поможет»;

2) Салон мужской одежды «Сорочка.ру»: в ходе передачи неоднократно появляется путем наложения на кадр заставка «Салон мужской одежды «Сорочка.ру». ТРЦ «Мегамарт» (2 этаж), ул. Суворова, 24, ТРЦ «Октябрьский», пр. Победы, 11а. Также показана заставка (03:21:38) «Скидка 30% на костюмы, скидка 20% на брюки, скидка 10% на сорочки». Продемонстрирован сам бутик, его вывеска. Использованы фразы: «Достаточно просто заглянуть в салоны «Сорочка.ру»... «В салонах «Сорочка.ру» они представлены в самом широком ассортименте...», «В салонах «Сорочка.ру» стиль кэжуал удачно соседствует с классикой...», «Приходите в салон «Сорочка.ру», «Недаром существует специальная арифметика от салонов «Сорочка.ру». Подобрать изысканный наряд для жениха, состоящий из костюма, сорочки и аксессуаров в областной столице Вы сможете не менее, чем за 20 тысяч рублей, а в салонах «Сорочка.ру» всего 12 тысяч рублей», «...так что, заглянув в салоны «Сорочка.ру» вы имеете возможность укомплектовать гардероб стильными и красивыми вещами», «Сорочка.ру» - мужская одежда, создающая образы»;

3) Магазин «Медицина и жизнь»: в ходе передачи неоднократно появляется путем наложения на кадр заставка «Магазин «Медицина и жизнь» ул. Аллюминиевая, 19. Тел. 38-09-19, 8-950-191-09-19». Продемонстрирован сам магазин, его вывеска, витрины с товаром. Использованы фразы: «Именно «Медицина и жизнь» первой стала предлагать горожанам автоматические и

полуавтоматические тонометры», «Именно здесь, в магазине «Медицина и жизнь» расскажут и покажут...», «У нас в магазине «Медицина и жизнь» вы можете приобрести тонометры от 700 руб. до 4500 руб. Для жителей Каменска-Уральского действуют скидки до 10%, а на некоторые тонометры до 15%», «Ждем вас в магазине «Медицина и жизнь», ул. Алюминиевая, 19, остановка «Площадь Горького»...». В ходе сюжета консультант магазина рассказывает о разных видах тонометров и демонстрирует аппараты, на которых видны наименования «B.Well», «Microlife», «АрМед». Заставка: «Автоматические приборы для измерения давления по специальной цене от 1560 рублей».

При этом, в рекламе медицинских изделий - тонометров «B.Well», «Microlife», «АрМед» - отсутствует предупреждение, предусмотренное ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

ООО «Новое РА плюс» в письменных пояснениях (вх. № 01-20912 от 27.09.2018), а также в ходе рассмотрения дела, сообщило следующее.

Произошел сбой отлаженной системы контроля объема рекламы в эфире по стечению ряда фактов. Непосредственные руководители компании находились в отпуске. Ответственный работник принял неверное решение по смещению рекламных передач с дневного времени в ночной период. В дневной период были без остановки поставлены передачи собственного производства, посвященные празднованию Дня Победы в Великой Отечественной войне, а также повтор трансляции празднования Дня Победы в городе Каменске-Уральском на пяти площадках города.

Программа «Комильфо» должна была быть разбита на рубрики и транслироваться через отбивки передачи отдельно.

В данном случае, в рекламе магазина «Медицина и жизнь» предупреждение о наличии противопоказаний и необходимости консультации специалистов была в конце передачи, которая была «подрезана» в связи со вставкой невыпущенной в дневное время рекламы.

С фактом нарушения директор ООО «Новое РА плюс» <...> согласен, также сообщил, что предприняты меры по недопущению нарушений в дальнейшем.

Относительно предоставления запрашиваемых Свердловским УФАС России сведений о договоре на распространение рекламы магазина «Медицина и жизнь» ООО «Новое РА плюс» в письменных пояснениях сообщило, что такой договор предоставить не может, в связи с отсутствием подписанного со стороны контрагента экземпляра (который был направлен в адрес контрагента 07.09.2018). Однако наименование хозяйствующего субъекта, который является таким контрагентом по договору, Общество не сообщило.

Рассмотрев имеющиеся в деле материалы, заслушав участвующих в деле лиц, Комиссия приходит к следующим выводам.

Целями Закона 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, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной 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 Закона о рекламе). Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются (п. 1 ст. 3 Закона 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 (п. 2 ст. 3 Закона о рекламе).

Товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (п. 3 ст. 3 Закона о рекламе).

Ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации (п. 4 ст. 3 Закона о рекламе).

В Письме ФАС России от 16.03.2012 №ИА/7867 «О рекламе на дорожных знаках» разъяснено, что к информации, направленной на формирование и поддержание интереса к определенному лицу и его продвижение на рынке относится указание следующей информации о лице:

- наименование юридического лица, индивидуального предпринимателя или название торгового предприятия данного лица (независимо от указания вида деятельности), выполненное с использованием товарных знаков, логотипов или иных индивидуализирующих данное лицо обозначений, цветов,
- контактная информация о лице (почтовый адрес, телефон, адрес сайта, электронной почты и т.п.),
- характеристика, описание лица, его деятельности,
- информация о производимых или реализуемых товарах.

Материалами дела установлено следующее:

1. **12.05.2018 в период с 00:00:00 до 01:00:00** в эфире «Телеканала РИМ» была распространена реклама:

- 1) реклама компании «Экнофорт» (4 сек.);
- 2) рекламный блок: окна «Экнофорт», компания по прокату инструмента, автомойка, кафе «Арагат», «Кировский», «Планета», кафе «Любимый город», «салон «Природный камень» (2 мин. 54 сек.);
- 3) спонсорская реклама «Уралстройгарант» (16 сек. и 17 сек.);
- 4) реклама «Уралстройгарант» (21 сек.);
- 5) в программе «Панорама бизнеса» реклама «Кафе Меркурий» (указано наименование, адрес и телефон «кафе «Меркурий». Тел. 8-908-633-03-7, ул. Мусоргского, 4) (1 мин. 42 сек.);
- б) в программе «Покупай» реклама компании «Остров комфорта»: в ходе передачи неоднократно появляется путем наложения на кадр заставка «*«Остров комфорта». Пр. Победы, 40б, тел. (3439) 380-502, 8-950-200-1-200, сайт: www.ostrov-k.com, почта: office@ostrov-k.com*», продемонстрирована наружная реклама на входе в помещение, занимаемое компанией, в которой приведено наименование организации, сайт, телефон, виды оказываемых услуг («*окна, балконы, натяжные потолки, сейф-двери, шкафы-купе, жалюзи*»), показана вывеска с наименованием «Остров комфорта», продемонстрированы визитки, сертификаты, интервью руководителя компании проходит на фоне стены с наименованием «Остров комфорта», на соответствующих заставках указано, какую компанию представляют руководитель и менеджер, дающие интервью, менеджер компании, а также сотрудник детского сада называют компанию, характеризуют ее и ее сотрудников (14 мин. 17 сек).

Таким образом, общая продолжительность рекламы в течение часа составила 19 мин. 51 сек., что составляет 32% вещания в течение часа, что противоречит требованиям ч.3 ст.14 Закона о рекламе.

2. **12.05.2018 в период с 03:00:00 до 04:00:00** в эфире «Телеканала РИМ» была распространена реклама в передаче «Комильфо», являющейся по своей сути передачей рекламного характера:

- 1) Бутик «Miss Kiss»: ведущая приглашает в бутик «Miss Kiss», в ходе передачи неоднократно появляется путем наложения на кадр заставка «Miss Kiss», пр. Победы, 36, тел. 32-35-20, на соответствующей заставке указано, какую компанию представляет директор, использованы фразы: «Есть ряд вещей, которые 100% будут в нашей коллекции в магазине...», «Miss Kiss» вам всегда поможет»;
- 2) Салон мужской одежды «Сорочка.ру»: в ходе передачи неоднократно появляется путем наложения на кадр заставка «Салон мужской одежды «Сорочка.ру». ТРЦ «Мегамарт» (2

этаж), ул. Суворова, 24, ТРЦ «Октябрьский», пр. Победы, 11а. Также показана заставка (03:21:38) «Скидка 30% на костюмы, скидка 20% на брюки, скидка 10% на сорочки». Продемонстрирован сам бутик, его вывеска. Используются фразы: «Достаточно просто заглянуть в салоны «Сорочка.ру»... «В салонах «Сорочка.ру» они представлены в самом широком ассортименте...», «В салонах «Сорочка.ру» стиль кэжуал удачно соседствует с классикой...», «Приходите в салон «Сорочка.ру», «Недаром существует специальная арифметика от салонов «Сорочка.ру». Подобрать изысканный наряд для жениха, состоящий из костюма, сорочки и аксессуаров в областной столице Вы сможете не менее, чем за 20 тысяч рублей, а в салонах «Сорочка.ру» всего 12 тысяч рублей», «...так что, заглянув в салоны «Сорочка.ру» вы имеете возможность укомплектовать гардероб стильными и красивыми вещами», «Сорочка.ру» - мужская одежда, создающая образы»;

3) Магазин «Медицина и жизнь»: в ходе передачи неоднократно появляется путем наложения на кадр заставка «Магазин «Медицина и жизнь» ул. Алюминиевая, 19. Тел. 38-09-19, 8-950-191-09-19». Продемонстрирован сам магазин, его вывеска, витрины с товаром. Используются фразы: «Именно «Медицина и жизнь» первой стала предлагать горожанам автоматические и полуавтоматические тонометры», «Именно здесь, в магазине «Медицина и жизнь» расскажут и покажут...», «У нас в магазине «Медицина и жизнь» вы можете приобрести тонометры от 700 руб. до 4500 руб. Для жителей Каменска-Уральского действуют скидки до 10%, а на некоторые тонометры до 15%», «Ждем вас в магазине «Медицина и жизнь», ул. Алюминиевая, 19, остановка «Площадь Горького»...». В ходе сюжета консультант магазина рассказывает о разных видах тонометров и демонстрирует аппараты, на которых видны наименования «B.Well», «Microlife», «АрМед». Заставка: «Автоматические приборы для измерения давления по специальной цене от 1560 рублей».

4) Компания «Копи-мастер»: в ходе передачи неоднократно появляется путем наложения на кадр заставка «Компания «Копи-мастер». Ул. Каменская, 84, ул. Победы, 8. Тел. 399-322, тел. 369-236. Продемонстрирован сам магазин, его вывеска, витрины с товаром. Используются фразы: «Все каменцы знают: нужен хороший компьютер – иди в «Копи-мастер». «Теперь «Копи-мастер» может все и даже больше...», «Один раз став клиентом «Копи-мастер», вы остаетесь им навсегда». <...> (директор ООО «НРА Плюс»): «Компания «Копи-мастер», с которой мы сотрудничаем давно, успешно справляется с этими задачами... И руководство компании «Копи-мастер» и работники компании «Копи-мастер» умеют решать бизнес-задачи для Каменска-Уральского в уникальном ключе». А Третьяков (начальник отдела маркетинга и рекламы группы компаний «КаменскТелеком»): «С компанией «Копи-мастер» я сотрудничаю порядка 5 лет. Только самое положительное могу про них сказать...», «С 2006 года компания «Копи-мастер» является официальным дилером...», «Наша компания на рынке более 10 лет, постоянно растем, расширяем свой ассортимент, повышаем качество услуг. ... Основными направлениями в компании «Копи-мастер» являются: компьютерная техника, поставка оргтехники, заправка картриджей, поставка расходных материалов к оргтехнике... Компания «Копи-мастер» расположена в обоих районах города... У нас два сервиса...», «Приходите в магазины «Копи-мастер» - здесь всегда вам рады!»;

5) Рекламный блок: «Центр психологии С. Расторгуева», концерт рок-группы «Хартыга», «Русская баня», Чемпионат мира по мотокороссу, «Центр психологии С. Расторгуева»;

6) Рестораны РЦ «Шоколад»: «Банкетный ресторан «Slivki» ул. Исетская, 4, тел. (3439) 36-08-07», «Зал торжеств «Royal» ул. Исетская, 4, тел. (3439) 36-08-07», «Show&Dancing «В Санях» ул. Исетская, 4, тел. (3439) 36-08-07», «Летний ресторан «Terrassa» (путем наложения на кадр появляются заставки с наименованием и контактами ресторанов РЦ «Шоколад», ведущая, а также управляющая озвучивают наименования ресторанов, приглашают посетить именно данные заведения»;

7) Свадебная галерея «Apriogi»: в ходе передачи неоднократно появляется путем наложения на кадр заставка «Свадебная галерея «Apriogi». Ул. Исетская, 37. Тел.: 38-02-77». Используются фразы: «Что нынче в тренде? Об этом специалисты свадебной галереи «Apriogi» рассказали будущим невестам и нам с вами», «Свадебная галерея «Apriogi» предлагает свадебные

новинки...», «Небесный оттенок, который предлагают мастерицы свадебной галереи «Argiogi»...», «Именно здесь, в Свадебной галерее «Argiogi» вы можете реализовать свои мечты...», «Мы всегда рады вас видеть на Исетской, 37».

Общая продолжительность рекламной передачи «Комильфо» (с 03:05:06 по 03:59:26) и рекламного блока внутри нее составила 54 мин. 20 секунд, то есть 90% времени вещания в течение часа, кроме того, трансляция рекламной передачи «Комильфо», которой прерывается телепрограмма, не предваряется сообщением о последующей трансляции рекламы, что противоречит требованиям как ч.3 ст.14, так и ч.1 ст.14 Закона о рекламе.

При этом, в рекламе медицинских изделий - тонометров «B.Well», «Microlife», «ApMed» - отсутствует предупреждение, предусмотренное ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

Рассматриваемая информация, распространенная в эфире телеканала «Рим» является рекламой:

- хозяйствующих субъектов, осуществляющих предпринимательскую деятельность под наименованиями: «Уралстройгарант», «Экнофорт», компания по прокату инструмента, автомойка, кафе «Арагат», «Кировский», «Планета», кафе «Любимый город», «салон «Природный камень», «Кафе Меркурий», «Остров комфорта», Бутик «Miss Kiss», салон мужской одежды «Сорочка.ру», магазин «Медицина и жизнь», «Копи-мастер», «Центр психологии С. Расторгуева», «Русская баня», «Центр психологии С. Расторгуева», рестораны РЦ «Шоколад»: «Зал торжеств «Royal», «Show&Dancing» «В Санях», «Летний ресторан «Terassa»; свадебная галерея «Argiogi», реализуемых ими товаров и предлагаемых услуг,

- мероприятий и концертов: концерт рок-группы «Хартыга», Чемпионат мира по мотокорссу,

направлена на привлечение внимания к данным объектам рекламирования, формирование или поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке.

Согласно ч. 3 ст. 14 Закона о рекламе общая продолжительность распространяемой в телепрограмме рекламы (в том числе такой рекламы, как телемагазины), прерывания телепрограммы рекламой (в том числе спонсорской рекламой) и совмещения рекламы с телепрограммой способом «бегущей строки» или иным способом ее наложения на кадр телепрограммы **не может превышать пятнадцать процентов времени вещания в течение часа**, за исключением случаев, предусмотренных частями 3.4 и 3.5 настоящей статьи.

В телепрограмме телеканала, который в соответствии с лицензией на вещание распространяется на территориях менее чем половины субъектов Российской Федерации, дополнительная продолжительность совмещения рекламы с телепрограммой *способом «бегущей строки»* не может превышать пять процентов времени вещания в течение часа сверх общей продолжительности рекламы, предусмотренной частью 3 настоящей статьи (ч.3.4 ст.14 Закона о рекламе).

В информационных и развлекательных телепередачах телеканала, который в соответствии с лицензией на вещание распространяется на территориях менее чем половины субъектов Российской Федерации, дополнительная продолжительность совмещения рекламы с каждой такой телепередачей *способом «бегущей строки»* не может превышать пятнадцать процентов времени вещания в течение часа сверх продолжительности рекламы в телепрограмме, предусмотренной частями 3 и 3.4 настоящей статьи (ч.3.5 ст.14 Закона о рекламе).

В нарушение ч. 3 ст. 14 Закона о рекламе, 12.05.2018 в период с 00:00:00 до 01:00:00 в эфире «Телеканала РИМ» была распространена реклама общей продолжительностью – 19 мин. 51 сек., что составляет 32% вещания в течение часа, а также 12.05.2018 в период с 03:00:00 до 04:00:00 в эфире «Телеканала РИМ» в передаче «Комильфо», являющейся по своей сути передачей рекламного характера была распространена реклама общей продолжительностью (рекламной передачи «Комильфо» (с 03:05:06 по 03:59:26) и рекламного блока внутри нее) – 54 мин. 20 сек., то есть 90% времени вещания в течение часа.

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.

Медицинскими изделиями, в соответствии с ч. 1 ст. 37 Федерального закона от 21.11.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» являются любые инструменты, аппараты, приборы, оборудование, материалы и прочие изделия, применяемые в медицинских целях отдельно или в сочетании между собой, а также вместе с другими принадлежностями, необходимыми для применения указанных изделий по назначению, включая специальное программное обеспечение, и предназначенные производителем для профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации заболеваний, мониторинга состояния организма человека, проведения медицинских исследований, восстановления, замещения, изменения анатомической структуры или физиологических функций организма, предотвращения или прерывания беременности, функциональное назначение которых не реализуется путем фармакологического, иммунологического, генетического или метаболитического воздействия на организм человека. Медицинские изделия могут признаваться взаимозаменяемыми, если они сравнимы по функциональному назначению, качественным и техническим характеристикам и способны заменить друг друга.

Приказом Министерства здравоохранения Российской Федерации от 06.06.2012 № 4н «Об утверждении номенклатурной классификации медицинских изделий» утверждены Номенклатурная классификацией медицинских изделий по видам, Номенклатурная классификацией медицинских изделий по классам в зависимости от потенциального риска их применения.

В рассматриваемой рекламе указаны медицинские изделия (тонометры), содержащиеся в Номенклатурной классификации медицинских изделий по видам (утв. Приказом Министерства здравоохранения Российской Федерации от 06.06.2012 № 4н: 11.24 Тонometry офтальмологические и сопутствующие изделия).

Таким образом, в нарушение ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе, реклама медицинских изделий – тонометров торговых марок: «B.Well», «Microlife», «АрМед» распространена в эфире телеканала «Рим» 12.05.2018 без предупреждения о наличии противопоказаний к применению и использованию указанных медицинских изделий, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

Поскольку рассматриваемая рекламная информация распространялась 12.05.2018 в эфире СМИ «Телеканал РИМ», постольку необходимость в выдаче предписания отсутствует.

В соответствии с ч. 6 и ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе несет как рекламодатель, так и рекламодателем, ответственность за нарушение ч.1 и ч.3 ст.14 Закона о рекламе несет рекламодателем.

Рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (п. 5 ст. 3 Закона о рекламе).

Рекламодателем – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (п. 7 ст. 3 Закона о рекламе).

Рекламодателем является ООО «Новое Рекламное Агентство Плюс» (ОГРН 1046600622144, юр. адрес: 623428, Свердловская обл., г. Каменск-Уральский, ул. Кунавина, 2), осуществляющее вещание телеканала «Телеканал РИМ» на основании лицензии ТВ № 22137.

Рекламодатель рекламы «Медицина и жизнь», распространенной с нарушением ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе, в настоящее время не установлен.

В соответствии с п. 7 ч. 2 ст. 33 Закона о рекламе Антимонопольный орган вправе применять меры ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Нарушение рекламного законодательства образует событие предусмотренного чч. 2, 5 ст. 14.3 КоАП РФ административного правонарушения.

Превышение допустимого законодательством о рекламе объема рекламы в телерадиопрограммах, образует событие предусмотренного ч. 2 ст. 14.3 КоАП РФ административного правонарушения.

Нарушение установленных законодательством о рекламе требований к рекламе медицинских изделий, образует событие предусмотренного ч. 5 ст. 14.3 КоАП РФ административного правонарушения.

За нарушение рекламного законодательства ч. 2 и ч. 5 ст. 14.3 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность.

В резолютивной части решения комиссия указывает на необходимость передачи дела должностному лицу Управления для рассмотрения дела об административном правонарушении по 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.

Учитывая установленные п. 1.2, п.п. 3.40-3.45 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утв. Приказом ФАС России от 23.11.2012 №711/12), ч. 1 ст. 37 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» особенности порядков принятия (только коллегиально) решения, являющегося результатом проведенной в ходе осуществления государственного контроля (надзора) проверки (примечание к ст. 28.1 КоАП РФ), и его обжалования (только судебный), у должностных лиц того же самого органа, единолично осуществляющих производство по делу об административном правонарушении, заведомо отсутствуют законные основания как переоценивать изложенные в не оспоренном в установленном порядке решении достаточные данные, указывающие на наличие события административного правонарушения, так и отражать результаты такой переоценки как в протоколе об административном правонарушении, так и в правонарушении, так и в соответствующем постановлении (п. 10.2 Постановления Пленума ВАС РФ от 30.06.2008 №30).

При этом судам необходимо учитывать, что дело об административном правонарушении может быть возбуждено должностным лицом, уполномоченным составлять протоколы об административных правонарушениях, только при наличии хотя бы одного из поводов, предусмотренных частями 1, 11 и 12 статьи 28.1 КоАП РФ, и достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения. Вступление в силу решения антимонопольного органа о признании рекламы ненадлежащей не является таким поводом, как это предусмотрено частью 12 статьи 28.1 КоАП РФ в отношении вступления в силу решения комиссии антимонопольного органа, которым устанавливается факт нарушения антимонопольного законодательства (п. 4 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58).

Юридические лица, согласно ч. 1 ст. 2.10 КоАП РФ, подлежат административной ответственности за совершение административных правонарушений в случаях, предусмотренных статьями Особенной части КоАП РФ, а ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность юридических лиц.

Защиту прав и законных интересов юридического лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, или юридического лица, являющегося потерпевшим, осуществляют его законные представители (ч. 1 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 (ч. 1 ст. 25.4 КоАП РФ).

В соответствии с частью 3 статьи 2.1 КоАП РФ в случае совершения юридическим лицом административного правонарушения и выявления конкретных должностных лиц, по вине которых оно было совершено (ст. 2.4 КоАП РФ), допускается привлечение к административной ответственности по одной и той же норме как юридического лица, так и указанных должностных лиц (п. 15 Постановления Пленума ВС РФ от 24.03.2005 № 5).

Под должностным лицом понимается лицо, выполняющее организационно-распорядительные или административно-хозяйственные функции.

Под организационно - распорядительными функциями понимаются полномочия, которые связаны с руководством трудовым коллективом или находящимися в их служебном подчинении отдельными работниками, с формированием кадрового состава и определением трудовых функций работников, с организацией порядка прохождения службы, применения мер поощрения или награждения, наложения дисциплинарных взысканий и т.п. К организационно-распорядительным функциям относятся полномочия лиц по принятию решений, имеющих юридическое значение и влекущих определенные юридические последствия.

Под административно-хозяйственными функциями понимаются полномочия по управлению и распоряжению имуществом и (или) денежными средствами, находящимися на балансе и (или) банковских счетах организаций, учреждений, воинских частей и подразделений, а также по совершению иных действий (п. 4 и п. 5 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 16.10.2009 №19 «О судебной практике по делам о злоупотреблении должностными полномочиями и о превышении должностных полномочий»).

Согласно ч. 1 ст. 25.15 КоАП РФ, лица, участвующие в производстве по делу об административном правонарушении, а также свидетели, эксперты, специалисты и переводчики извещаются или вызываются в суд, орган или к должностному лицу, в производстве которых находится дело, заказным письмом с уведомлением о вручении, повесткой с уведомлением о вручении, телефонограммой или телеграммой, по факсимильной связи либо с использованием иных средств связи и доставки, обеспечивающих фиксирование извещения или вызова и его вручение адресату.

Согласно ч. 3 ст. 25.15 КоАП РФ, место нахождения юридического лица, его филиала или представительства определяется на основании выписки из единого государственного реестра юридических лиц. Если юридическое лицо, участвующее в производстве по делу об административном правонарушении, ведет дело через представителя, извещение также направляется по месту нахождения (месту жительства) представителя.

КоАП РФ не содержит оговорок о необходимости направления извещения исключительно какими-либо определенными способами, в частности путем направления по почте заказного письма с уведомлением о вручении или вручения его адресату непосредственно. Следовательно, извещение может быть осуществлено каким-либо иным способом (например, путем направления телефонограммы, телеграммы, по факсимильной связи или электронной почте либо с использованием иных средств связи). Также надлежит иметь в виду, что не могут считаться не извещенными лица, отказавшиеся от получения направленных материалов или не явившиеся за их получением, несмотря на почтовое извещение (п. 24.1 Постановление Пленума ВАС РФ от 02.06.2004 № 10).

В соответствии с ч. 1 ст. 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 и отводы, пользоваться юридической помощью защитника, а также иными процессуальными правами в соответствии с КоАП РФ.

Согласно ч. 1 ст. 25.5 КоАП РФ, для оказания юридической помощи лицу, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, в производстве по делу об административном правонарушении может участвовать защитник.

На основании изложенного, руководствуясь ст. ст. 33 - 36 Закона о рекламе, в соответствии с п. 37 - 43 Правил рассмотрения дел, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу, распространенную в эфире СМИ «Телеканал РИМ» 12.05.2018 в период с 00:00:00 до 01:00:00, а также в период с 03:00:00 до 04:00:00 ненадлежащей, как нарушающей:

1) ч. 3 ст. 14 Закона о рекламе, поскольку общая продолжительность распространяемой рекламы составила более 15 % времени вещания в течение часа;

2) ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе, поскольку в рекламе медицинских изделий – тонометров торговых марок: «B.Well», «Microlife», «АрМед», предупреждение о наличии противопоказаний к применению и использованию указанных медицинских изделий, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов отсутствует.

2. Предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства не выдавать.

3. Законному представителю **ООО «Новое Рекламное Агентство Плюс»** (ОГРН 1046600622144, юр. адрес: 623428, Свердловская обл., г. Каменск-Уральский, ул. Кунавина, 2) надлежит явиться в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 220) **26 ноября 2018 г. в 16 час. 00 мин.** для составления протокола об административном правонарушении по ч.2 и ч.5 ст. 14.3 КоАП РФ с документами, удостоверяющими личность и служебное положение и **в течение трех дней** с момента получения настоящего Решения предоставить в Свердловское УФАС России следующие документы и сведения:

- письменные объяснения (ст. 26.3 КоАП РФ) по факту выявленного правонарушения, предусмотренного ч. 2, ч. 5 ст. 14.3 КоАП РФ;

- копию паспорта (разворот первой и второй страниц, страниц с пропиской);

- документы, подтверждающие служебное положение;

- **сведения о лице, являющемся рекламодателем рекламы магазина «Медицина и жизнь», распространенной 12.05.2018 в период с 03:00:00 до 04:00:00 в эфире «Телеканала РИМ»;**

- **копию договора на распространение рекламы магазина «Медицина и жизнь», включая все имеющиеся приложения;**

- иные документы и сведения, имеющие значение для рассмотрения дела об административном правонарушении.

4. Директору **ООО «Новое Рекламное Агентство Плюс»** <...> надлежит явиться в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 220) **26 ноября 2018 г. в 16 час. 00 мин.** для составления протокола об административном правонарушении по ч.2, ч.5 ст. 14.3 КоАП РФ **или обеспечить ознакомление с данным решением и явку должностного лица**, ответственного за соответствие рассматриваемой в настоящем деле рекламы законодательству РФ, с документами, удостоверяющими личность и служебное положение и **в течение трех дней** с момента получения настоящего Решения предоставить в Свердловское УФАС России следующие документы и сведения (в отношении ответственного должностного лица):

- письменные объяснения (ст. 26.3 КоАП РФ) по факту выявленного правонарушения, предусмотренного ч. 2, ч. 5 ст. 14.3 КоАП РФ;

- копию паспорта (разворот первой страницы и страницы с пропиской);

- документы, подтверждающие служебное положение;

- иные документы и сведения, имеющие значение для рассмотрения дела об административном правонарушении.

В соответствии с ч. 4.1. ст. 28.2 КоАП РФ в случае неявки физического лица, или законного представителя физического лица, или законного представителя юридического лица, в отношении которых ведется производство по делу об административном правонарушении, если они извещены в установленном порядке, протокол об административном правонарушении составляется в их отсутствие.

Непредставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных законодательством о рекламе, а равно представление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо представление недостоверных сведений (информации) влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двух тысяч до десяти тысяч рублей; на юридических лиц - от двадцати тысяч до двухсот тысяч рублей (ч. 6 ст. 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях).

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

Председатель комиссии

<...>

Члены комиссии

<...>

<...>