

ПУБЛІЧНЕ СПРОСТУВАННЯ НЕДОБРОСОВІСНОЇ ТА НЕПРАВОМІРНОЇ ПОРІВНЯЛЬНОЇ РЕКЛАМИ

Виконав:

Студент 2 курсу, 3 групи, ФЕМП

Березовський Олексій

Згідно **розділу I** (загальні положення), **статті 1** (визначення термінів), **п. 6**; та **п.8** ЗУ “Про рекламу”:

Недобросовісна реклама- реклама, яка вводить або може ввести в оману споживачів реклами, завдати шкоди особам, державі чи суспільству внаслідок неточності, недостовірності, двозначності, перебільшення, замовчування, порушення вимог щодо часу, місця і способу розповсюдження;

Порівняльна реклама - реклама, яка містить порівняння з іншими особами та/або товарами іншої особи;

Згідно **статті 28** (Публічне спростування недобросовісної та неправомірної порівняльної реклами)
закону України “Про рекламу” від 03.07.1996 :

- ◎ **1. Публічне спростування недобросовісної та неправомірної порівняльної реклами здійснюється добровільно або за рішенням суду.**

Добровільне спростування недобросовісної та неправомірної порівняльної реклами

може бути здійснено за зверненням чи вимогою осіб, права яких порушено внаслідок розповсюдження недобросовісної та неправомірної порівняльної реклами, органів держ. влади, визначених у ст. 26 ЗУ «Про рекламу» за зверненнями об'єднань громадян і підприємств у галузі реклами.

- ◎ **2. Публічне спростування недобросовісної та неправомірної порівняльної реклами здійснюється за рахунок винної особи.**

- ◎ **3. Публічне спростування недобросовісної та неправомірної порівняльної реклами здійснюється в такому ж порядку, в якому вона була розміщена.**

Анологічний порядок передбачає розповсюдження спростування за допомогою таких самих засобів реклами, за допомогою яких було здійснене розповсюдження недобросовісної та неправомірної порівняльної реклами, та у тих самих обсягах, в яких було здійснено розповсюдження недобросовісної та неправомірної порівняльної реклами.

Законом України “Про рекламу”
передбачено право **лише**
уповноважених державних
органів звертатися до суду, з
позовами про заборону реклами
(ч.3, статті 27).

Такий захід адміністративного припинення, як публічне спростування недобросовісної реклами добровільно або за рішенням суду, що **здійснюється за рахунок винної особи, через той же рекламний засіб з використанням того ж простору, часу, місця в тому ж порядку, в якому здійснювалась реклама** (ст. 28 ЗУ “ Про рекламу”) – метою такого спростування є ліквідація несприятливих наслідків, викликаних розповсюдженням недобросовісної

- ◎ Законодавством передбачено, що публічне спростування недобросовісної та неправомірної порівняльної реклами здійснюється в тому ж порядку, в якому вона була розміщена. Однак **суд, при винесенні рішення про спростування реклами, може вважати неможливим, або недоцільним здійснити спростування реклами, за допомогою того ж засобу розповсюдження, з використанням того ж простору, місця і порядку, що і недобросовісна реклама, яка спростовується.**
- ◎ *“На цей випадок слід було передбачити в законі право суду вимагати публічного спростування реклами із заміною засобу поширення, простору, місця і порядку здійснення спростування реклами, з конкретною вказівкою у рішенні відповідної заміни, та обґрунтуванням рішення про заміну”.*

(“Управління рекламною діяльністю в Україні: організаційно-правовий аспект” З.В. Кузнєцова)

- ◎ **Законодавством не передбачено наслідки невиконання рішення про публічне спростування реклами.**
- ◎ *“Тому, вважаю доцільним запровадження такого заходу припинення як повне, або часткове зупинення реклами порушника до завершення розповсюдження ним реклами, як наслідок- не виконання вимоги про спростування реклами. Така дія була б спрямована на примусову реалізацію обов'язку, що не виконується, без покладання нового, додаткового обов'язку. При цьому невиконанням вимоги про спростування реклами слід вважати ухилення від виконання або несвоєчасне виконання вимоги, або недотримання у встановленні рішенням терміни, зазначені у ньому засобів розповсюдження, характеристик тривалості, простору, місця і порядку спростування реклами, або неподання у строк достатніх доказів того, що цю вимогу виконано.”*

(“Управління рекламною діяльністю в Україні: організаційно-правовий аспект” З.В. Кузнєцова)

Приклади публічного
спростування недобросовісної
та неправомірної порівняльної
реклами:

АМКУ оштрафував аптеку за поширення інформації, що вводить в оману



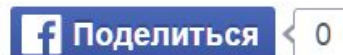
[2012-02-01 10:51]



Донецьке обласне територіальне відділення Антимонопольного комітету України (далі — АМКУ) оштрафувало ПП «ЛІКА» (м. Макіївка, Донецька обл.) на 5 тис. грн. за недобросовісну конкуренцію у вигляді поширення інформації, що вводить в оману. Як встановили співробітники територіального відділення АМКУ, підприємство на фасаді власної аптеки розмістило неправдиву рекламу: «В СУББОТУ И ВОСКРЕСЕНЬЕ СКИДКА 7% ПОСТОЯННО» (мова оригіналу), проте фактично в окремих випадках зазначена знижка не надавалася. Відповідач припинив порушення та сплатив штраф до Державного бюджету.

За матеріалами www.amc.gov.ua

АМКУ виявив чергові випадки недобросовісної реклами на фармацевтичному ринку



[2012-08-21 15:53]



Як повідомляється на сайті Антимонопольного комітету України (АМКУ), Київське міське територіальне відділення оштрафувало ТОВ «АПТЕКА НИЗЬКИХ ЦІН ПЛЮС» на 25 тис. грн. за недобросовісну конкуренцію у вигляді поширення інформації, що вводить в оману. Як встановили співробітники відділення АМКУ, товариство поширювало на візитках та в зовнішньому оформленні аптечних закладів неправдиві відомості: «АПТЕКА НИЗЬКИХ ЦІН». Водночас, як показало розслідування, вартість деяких лікарських засобів в аптеках відповідача була вищою, ніж у конкурентів.

За недобросовісну конкуренцію у вигляді поширення інформації, що вводить в оману, Чернігівське обласне територіальне відділення АМКУ оштрафувало на 20 тис. грн. ТОВ «Фармфірма «ЛЄК-ВІЛ». Встановлено, що компанія поширила неправдиву рекламу про ціни на лікарські засоби. Відповідач визнав та

припинив порушення, зобов'язавшись сплатити штраф до Державного бюджету України.

За матеріалами www.atc.gov.ua

АМКУ зобов'язав ПП «Фармітек» спростувати неправдиву інформацію щодо препаратів



[2012-02-14 17:24]



Київське міське територіальне відділення Антимонопольного комітету України (АМКУ) зобов'язало ПП «Фармітек» припинити дії з ознаками недобросовісної конкуренції. Як встановило відділення, підприємство поширювало в журналі «ПРОВІЗОР» інформацію про те, що лікарські засоби ПРОТЕФЛАЗІД та ФЛАВОЗІД є гомеопатичними препаратами. Оскільки такі дії вводять споживачів в оману, Київське міське територіальне відділення АМКУ зобов'язало відповідача спростувати неправдиву інформацію.

За матеріалами www.amc.gov.ua