

РЕШЕНИЕ

20 июля 2011 г.

г. Липецк

Резолютивная часть решения объявлена 19 июля 2011 года

Решение в полном объеме изготовлено 20 июля 2011 года

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

председатель: - зам. руководителя управления Г.И. Жданов,

члены комиссии: - начальник отдела Р.Б. Маргиев,

- государственный инспектор А.В. Тихомиров,

рассмотрев дело № 51, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту нарушения ч.7 ст.24 ФЗ «О рекламе» ООО «Стома-Люкс Л» (398001, г. Липецк, ул. Толстого, д.2, встроенное нежилое помещение № 2, ИНН 4826072214),

в присутствии представителя:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе — ООО «Стома-Люкс Л» - <...>,

УСТАНОВИЛА:

В городе Липецк 20 июня 2011 года на фасаде здания по ул. Толстого, д.2, распространялась реклама, в которой говорится: «Стоматология. 39-10-96». Данная рекламная информация содержит признаки нарушения ФЗ «О рекламе», так как реклама не сопровождается предупреждением о необходимости получения консультации специалиста. Данная реклама была сфотографирована фотоаппаратом марки «Nikon COOLPIX L10».

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.

п.2 ст.3 ФЗ «О рекламе» говорит, что 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.3 ст.3 ФЗ «О рекламе» говорит, что товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

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. 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.

В адрес рекламодателя - ООО «Стома-Люкс Л» 21.06.2011 года был сделан письменный запрос о предоставлении: сведений о владельце указанной выше рекламы; копии договора с рекламоизготовителем, копии согласованного макета, копий платежных документов, копии лицензии на осуществление медицинской деятельности. В ответ ООО «Стома-Люкс Л» предоставило копии запрашиваемых документов. В приложении к лицензии № ЛО-48-01-000363 указаны виды услуг, оказываемые обществом. В данный перечень входят услуги по стоматологии. Таким образом, обществом рекламируется предоставляемая потребителям медицинская услуга — стоматология.

Работы (услуги), выполняемые при осуществлении доврачебной, амбулаторно-поликлинической (в том числе первичной медико-санитарной помощи, медицинской помощи женщинам в период беременности, во время и после родов, специализированной медицинской помощи), стационарной (в том числе первичной медико-санитарной помощи, медицинской помощи женщинам в период беременности, во время и после родов, специализированной медицинской помощи), скорой и скорой специализированной (санитарно-авиационной), высокотехнологичной, санаторно-курортной медицинской помощи, порядок организации которых определяется Министерством здравоохранения и социального развития Российской Федерации, включают работы (услуги) по стоматологии (в соотв. с приложением к Положению

о лицензировании медицинской деятельности (утв. [постановлением](#) Правительства РФ от 22 января 2007 г. N 30).

Следовательно, стоматология является медицинской услугой.

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

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона о рекламе ненадлежащая реклама — это реклама не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Таким образом, реклама ООО «Стома-Люкс Л» является ненадлежащей.

На рассмотрении дела по рекламе № 51 19 июля 2011 года, представитель ООО «Стома-Люкс Л» - <...> пояснил, что информация «Стоматология. 39-10-96» является вывеской и обозначает место осуществления деятельности ООО «Стома-Люкс Л».

С данным доводом Комиссия не может согласиться, поскольку: в соответствии с Положением «О наружной рекламе и информации в городе Липецке» от 28.07.2009 № 1111:

К информационному оформлению предприятий и организаций по обслуживанию населения относится следующая информация:

Вывеска предназначена для доведения до сведения потребителей информации на русском языке о наименовании изготовителя (исполнителя, продавца), месте его нахождения (адрес) и режиме его работы в целях защиты прав потребителей (ст. 9 Закона Российской Федерации "О защите прав потребителей").

Вывеска устанавливается изготовителем (исполнителем, продавцом) на видном месте на здании справа или слева у главного входа в занимаемое им здание или помещение либо на двери входа, а также на ярмарках, лотках и в других местах осуществления им торговли, бытового и иного вида обслуживания вне постоянного места нахождения.

Вывеска может быть заменена надписями на стекле витрины, витража, входной двери.

Допускается размер вывески не более 1 м по горизонтали и 1 м по вертикали; высота букв и цифр надписей - не более 0,15 м.

Получение разрешения на установку рекламной конструкции на вывески не требуется.

Таким образом, исходя из выше приведенных норм, указанную рекламу нельзя считать вывеской, поскольку она противоречит понятию «вывески» приведенному в Положении.

Представитель общества сообщил Комиссии, что размещение такого вида информации является общераспространенной практикой и соответствует сложившимся на территории России обычаям делового оборота.

В соответствии со ст.5 Гражданского кодекса Российской Федерации обычаем делового оборота признается сложившееся и широко применяемое в какой-либо области предпринимательской деятельности правило поведения, не предусмотренное законодательством, независимо от того, зафиксировано ли оно в каком-либо документе.

Обычаи делового оборота, противоречащие обязательным для участников соответствующего отношения положениям законодательства или договору, не применяются.

Таким образом, данные доводы заявителя основаны на неправильном восприятии функций, задач и полномочий правовой системы Российской Федерации. Правовая система России построена по континентальной модели права, которая не приемлет обычаев делового оборота, как указывает представитель. Кроме того, данный вопрос урегулирован нормативно-правовыми актами.

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 Е Н И Е:

1. Признать ненадлежащей рекламу ООО «Стома-Люкс Л», следующего содержания: «Стоматология. 39-10-96» поскольку в ней нарушены требования ч.7 ст.24 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ООО «Стома-Люкс Л» 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.

ПРЕДПИСАНИЕ № 51

о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

20 июля 2011 г.

г. Липецк

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

председатель: - зам. руководителя управления Г.И. Жданов,

члены комиссии: - начальник отдела Р.Б. Маргиев,

- государственный инспектор А.В. Тихомиров,

на основании своего решения от 20 июля 2011г. по делу № 51 о признании ненадлежащей рекламы ООО «Стома-Люкс Л» (398001, г. Липецк, ул. Толстого, д.2, встроенное нежилое помещение № 2, ИНН 4826072214), в которой говорится: «Стоматология. 39-10-96»и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ООО «Стома-Люкс Л» в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: прекратить распространение рекламы с нарушением действующего законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. ООО «Стома-Люкс Л» представить в Липецкое УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 29 июля 2011г.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Липецкое УФАС России вправе в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 КоАП РФ возбудить дело об административном правонарушении.

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