

Р Е Ш Е Н И Е по делу № 50

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

Председателя Комиссии – <...> – и.о. руководителя управления и членов Комиссии – <...> – начальника отдела финансовых рынков и рекламы, <...> - ведущего специалиста-эксперта отдела финансовых рынков и рекламы,

в присутствии:

<...> – индивидуального предпринимателя, свидетельство серия <...> ,

протокол вела <...> – специалист 2 разряда отдела финансовых рынков и рекламы,

рассмотрев дело № 50 по признакам нарушения ИП <...> ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г.,

УСТАНОВИЛА:

29.03.2012 при осуществлении государственного надзора за соблюдением обязательных требований действующего рекламного законодательства должностными лицами Кировского УФАС России был установлен факт размещения наружной рекламы со стороны улицы Сурикова на фасаде здания, расположенного по адресу: г. Киров, ул. Воровского, 68 со следующей информацией: «Контактные линзы. Отдельный кабинет врача». Информация сопровождается изображением улыбающейся женщины.

По данному адресу располагается семейный магазин очков и контактных линз «Престиж оптика». Деятельность по реализации очков и контактных линз, согласно информации представленной на входной группе дверей, осуществляет ИП <...> который является и рекламодателем и рекламодателем.

Учитывая тот факт, что указанная выше реклама содержала признаки нарушения ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе», ответственность за которые в соответствии со статьей 38 Закона несет как рекламодаделец, так и рекламодателем, в отношении ИП <...> было возбуждено производство по делу.

На заседании Комиссии ИП <...> нарушение ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе признал и пояснил, что установленное Законом о рекламе предупреждение в

рассматриваемую рекламу в настоящий момент внесено.

Изучив имеющиеся документы, заслушав доводы ответчика, Комиссия установила, что ИП <...> нарушена ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».

Выводы Комиссии основаны на следующем.

Согласно ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 года №38-ФЗ «О рекламе», рекламой является информация, распространяемая 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. Под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, 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. Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация: «Контактные линзы. Отдельный кабинет врача», размещенная на фасаде здания, расположенного по адресу: г. Киров, ул. Воровского, 68, соответствует требованиям ст. 3 Федерального закона «О рекламе» и является рекламой.

Общероссийским классификатором продукции ОК 005-93 (утв. Постановлением Госстандарта РФ от 30.12.1993 № 301, с изм. от 24.05.2010) – контактные линзы (код 94 8000) отнесены к медицинской технике, при этом они подразделяются на:

-линзы для коррекции зрения очковые (коды с 94 8100 по 94 8868 и 94 8890);

-линзы для коррекции зрения контактные мягкие (код 94 8870);

-линзы для коррекции зрения контактные жесткие (код 94 8880).

В силу части 7 статьи 24 Федерального закона «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, которое должно составлять не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

Таким образом, спорная реклама медицинской техники – контактных линз не содержит предупреждения, предусмотренного [частью 7 статьи 24](#) ФЗ «О рекламе».

На основании ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение ч. 7 ст. 24 Закона несет как рекламодатель, так и рекламораспространитель. Рекламодателем и рекламораспространителем в данном случае будет являться ИП <...> поэтому нарушение действующего рекламного законодательства произошло по его вине.

Так как на момент рассмотрения дела были представлены доказательства устранения нарушения в добровольном порядке, Комиссия решила предписание об устранении действующего рекламного законодательства не выдавать.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 4 настоящей статьи, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, - влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Согласно ст. 2.4 Кодекса РФ об административных правонарушениях ИП <...> несет административную ответственность как должностное лицо в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

Комиссия считает необходимым привлечь ИП <...> к административной ответственности.

Руководствуясь ст. 3, ст. 24, ст. 33, ст. 36, ст. 38 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, размещенную со стороны улицы Сурикова на фасаде здания, расположенного по адресу: г. Киров, ул. Воровского, 68: «Контактные линзы. Отдельный кабинет врача». Информация сопровождается изображением улыбающейся женщины», так как она противоречит требованиям ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».
2. Признать ИП <...> нарушившим ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».
3. ИП <...> предписание не выдавать, так как реклама приведена в соответствие с действующим рекламным законодательством.
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Кировского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 КоАП РФ, в отношении ИП <...>

Решение изготовлено в окончательной форме 21.05.2012 года.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном ст. 198 АПК РФ.

