

РЕШЕНИЕ

по делу № 69/26-2012 по признакам нарушения Федерального закона «О рекламе»

5 апреля 2012 года

г. Тула

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тульской области по рассмотрению дел о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе в составе: < --- >, рассмотрев дело № 69/26-2012 по признакам нарушения Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» в присутствии индивидуального предпринимателя < --- >

УСТАНОВИЛА:

На внешней стене магазина «Оптика» (г. Тула, ул. Первомайская дом 8) размещена реклама следующего содержания:

- «Очки, оправы»
- «Контактные линзы»
- «Консультации специалиста»
- Оправы итальянских дизайнеров по доступным ценам (Lacoste, Blumarine, Marlboro, Balenciaga, Lucia Valdi, Lina Latini, Christian Dior, Trussardi, Bottega Veneta, Gucci, Yves Saint Laurent)
-

«Скидка 40 % при покупке 2 упаковок контактных линз J&J Acuvue Oasys

обычная цена 1440 руб., цена со скидкой 850 руб.

«Внимание акция!»

в 1 упаковке 6 блистеров»

Указанная информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке и, в силу статьи 3 Федерального Закона «О рекламе», является рекламой.

В соответствии с Общероссийским классификатором продукции «ОК 005-93» (утв. Постановлением Госстандарта РФ от 30.12.1993 N 301) приборы и аппараты для диагностики (кроме измерительных). Очки (код 94 4200 4), очки (код 94 4260 1), оправы для очков (код 94 4265 9), линзы (94 8000 8) относятся к медицинской

технике.

Частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» установлено, что реклама медицинской техники должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. Данное предупреждение должно составлять не менее пяти процентов рекламной площади.

В нарушение указанных требований Закона в рекламе медицинской техники отсутствует установленное Законом предупреждение.

Частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» установлено, что ответственность за данное нарушение несет рекламодатель – ИП < --- >.

Как следует из письменных пояснений ИП < --- >, «наличие в рекламном тексте слов «Консультация специалиста» ставит потребителей в известность о наличии в магазине специалиста (медика), соответствующего специфики магазина «оптика». При этом, указанный текст легко читаем, размещен на видном месте и по нашим расчетам, занимает не менее 5 % от площади, занятой информацией, адресованной потребителям».

Комиссия не принимает данный довод, ввиду следующего:

На рассмотрении дела ИП < --- > пояснил, что «консультация специалиста» в магазине «оптика», является дополнительной услугой и предоставляется потребителям за отдельную плату. При выборе очков, оправ, контактных линз покупателей (потребителей) бесплатно консультируют только продавцы-консультанты

Таким образом, при выборе в магазине «Оптика» очков, оправ, контактных линз потребители бесплатно получают лишь консультацию продавца, но не специалиста (офтальмолога, окулиста и тд).

Кроме того, в ходе рассмотрения дела, установлено, что в вышеуказанной рекламе ИП < --- > отсутствовала информация о продавце рекламируемого товара, установленная пунктом 20 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Проанализировав представленные ИП < --- > документы, Комиссия пришла к выводу об отсутствии нарушений статьи 9 Федерального закона «О рекламе» в действиях ИП < --- >, поскольку в данном случае отсутствовало стимулирующее мероприятие, предприниматель, лишь указывал о возможности покупки товара по сниженной цене (стоимости), кроме того, в настоящий момент вышеуказанная реклама демонтирована.

Учитывая изложенное, руководствуясь пунктом 2 части 1 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

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей, размещенную индивидуальным

предпринимателем < --- > на наружной стене магазина «Оптика» (г. Тула, ул. Первомайская, д.8), рекламу, поскольку в ней нарушены требования пункта 20 части 3 статьи 5, части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать индивидуальному предпринимателю < --- > предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства, а именно: внести изменения, предусмотренные пунктом 20 части 3 статьи 5, части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» в ненадлежащую рекламу магазина «Оптика», размещенную на фасаде здания по улице Первомайская, д. 8.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Тульского УФАС России для рассмотрения вопроса о привлечении должностного лица индивидуального предпринимателя < --- > к административной ответственности по статье 14.3 Кодекса РФ.

Решение может быть обжаловано в течение трех месяцев со дня его принятия.

ПРЕДПИСАНИЕ

5 апреля 2012 года

г. Тула

Комиссия Тульского УФАС России по рассмотрению дел о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе в составе: < --- >, на основании своего решения от 5 апреля 2012 года по делу № 69/26-2012 о признании ненадлежащей рекламы индивидуального предпринимателя Камчатова В.И., размещенной на фасаде магазина «Оптика» (г. Тула, ул. Первомайская, д.8), 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. **Индивидуальному предпринимателю < --- > в десятидневный срок со дня получения настоящего предписания** прекратить нарушение законодательства РФ о рекламе, а именно: внести изменения, предусмотренные пунктом 20 части 3 статьи 5, части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», в ненадлежащую рекламу магазина «Оптика», размещенную на фасаде здания по улице Первомайская, д. 8.
2. **Индивидуальному предпринимателю < --- > представить в Тульское УФАС России письменное доказательство исполнения пункта 1 настоящего предписания в трехдневный срок со дня его исполнения.**

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении

нарушения законодательства о рекламе ФАС России (территориальный орган ФАС России) вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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