

Управление Федеральной антимонопольной службы
по республике Коми

РЕШЕНИЕ

19 сентября 2013 года

(изготовление решения в
полном объеме)

16 сентября 2013 года

(оглашение резолютивной
части)

№ 03-01/7963

г. Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия), в составе:

<...>;

рассмотрев материалы дела № Р 29-07/13, возбужденного в отношении общества с ограниченной ответственностью «Газета» (далее – ООО «Газета»), по факту распространения на странице 18 газеты «PRO ГОРОД Ухта» № 17 (178) от 27.04.2013 рекламы следующего содержания: «mosaiка весна лето куртки палантины перчатки очки ТЦ «Людмила» и ТЦ «Лада» с признаками нарушения требований ч. 7 ст. 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе),

в отсутствие индивидуального предпринимателя <...>ой (далее – ИП <...>а А.В.), надлежащим образом извещенной о времени и месте рассмотрения дела, письмом вх. № 1923 эл. от 16.09.2013 сообщившей о возможности рассмотрения дела в её отсутствие,

в присутствии представителя ООО «Город» и индивидуального предпринимателя <...>ой Елены Алексеевны (далее - ИП <...>а Е.А.) – <...>ой А.В., действующей на

основании доверенностей от 15.08.2013 и от 13.09.2013,

УСТАНОВИЛА:

Коми УФАС России в ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе выявлено распространение на странице 18 газеты «PRO ГОРОД Ухта» № 17 (178) от 27.04.2013 рекламы следующего содержания: «mosaiка весна лето куртки палантины перчатки очки ТЦ «Людмила» и ТЦ «Лада» (далее – рассматриваемая реклама).

По указанному факту определением № 03-01/5649 от 02.07.2013 возбуждено дело № Р 29-07/13 по признакам нарушения ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе в отношении ООО «Газета».

Определением № 03-01/7242 от 21.08.2013 ненадлежащее лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО «Газета» заменено надлежащим – ИП <...>ой Е.А., в качестве лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечены ИП <...>а Е.А. и ИП <...>а А.В.

Из материалов дела № Р 29-07/13 (далее – рекламное дело) усматривается нижеследующее.

В соответствии с п. 1 ст. 3 Закона о рекламе 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.

Вышеуказанная информация содержит все правовые признаки рекламы:

- распространена посредством размещения в газете «PRO ГОРОД Ухта»;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования: курткам, палантинам, перчаткам, очкам, ТЦ «Людмила», ТЦ «Лада», формирование и поддержание интереса к ним, и их продвижение на рынке.

Согласно ч. 7 ст. 24 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. 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).

Согласно ч. 4 ст. 2 Закона о рекламе специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

Из содержания рассматриваемой рекламы усматривается, что она не является явно не относящейся к рекламе медицинской техники.

Общероссийским классификатором продукции ОК 005-93, утвержденным Постановлением Госстандарта России от 30.12.1993 № 301, **очки** отнесены к **медицинской технике** с присвоением им кода 94 4260, **очки солнцезащитные** отнесены к **медицинской технике** с присвоением им кода 94 4201.

Следовательно, рассматриваемая реклама является рекламой медицинской техники, на которую распространяются требования ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

Рассматриваемая реклама не содержит ни одного из предусмотренных ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе видов предупреждений.

В силу положений, установленных п. 4 ст. 3 Закона о рекламе, ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

При таких обстоятельствах рассматриваемая реклама размещена в нарушение требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

В соответствии с частями 6, 7 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за распространение рекламы, не соответствующей требованиям ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе, несут и рекламодаделец, и рекламодатель.

Частью 8 ст. 38 Закона о рекламе предусмотрено, что рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований частей 6, 7 ст. 38 Закона о рекламе, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламодаделец - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В силу п. 7 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно п. 6 ст. 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Рассматриваемая реклама размещена в газете «PRO ГОРОД Ухта», учредителем

которой, согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ 11-0045 от 01.10.2009, является ООО «Газета».

Письмом от 14.08.2013 (вх. № 4669 от 19.08.2013), представленным в материалы рекламного дела, ООО «Газета» сообщило, что рекламодателем и рекламопроизводителем рассматриваемой рекламы, на основании договора купли-продажи печатных площадей (полос) № 1 от 01.01.2013, является ИП <...>а Е.А.

В материалы рекламного дела лицами, участвующими в деле, представлены копии следующих документов: договора купли – продажи печатных площадей (полос) № 1 от 01.01.2013, заключенного между ООО «Газета» и ИП <...>ой Е.А.; заявки на печатные площади (полосы) от 22.04.2013, согласно которой ИП <...>а Е.А. просит ООО «Газета» зарезервировать печатные полосы тиража № 17 от 27.04.2013 газеты «ПРО ГОРОД Ухта»; акта приема-передачи печатных площадей (полос) от 27.04.2013, в соответствии с которым продавец (ООО «Газета») передал, а покупатель (ИП <...>а Е.А.) принял печатные площади тиража № 17 от 27.04.2013 газеты «ПРО ГОРОД Ухта»; платежного поручения № 13 от 07.05.2013, согласно которому ИП <...>ой Е.А. произведена оплата за газетные площади; договора № 73 от 22.02.2013, заключенного между ИП <...>ой А.В. и ИП <...>ой Е.А. на оказание услуг по размещению рекламных и/или информационных материалов в газете «ПРО ГОРОД Ухта»; соглашения о внесении дополнения в договор № 73 от 22.02.2013; заявки № 164 на производство и размещение рекламных и/или информационных материалов, согласно которой исполнителем (ИП <...>ой Е.А.) изготавливаются и размещаются в газете «ПРО ГОРОД Ухта» рекламные и/или информационные материалы заказчика (ИП <...>ой А.В.); счета № 579 от 01.04.2013; квитанции к приходному кассовому ордеру № 297 от 09.04.2013; акта № 00004635 от 29.04.2013, согласно которому ИП <...>ой Е.Н. услуги по размещению рекламы в газете «ПРО ГОРОД Ухта» № 17 выполнены полностью и в срок, заказчик (ИП <...>а А.В.) претензий по объему, качеству и срокам оказания услуг не имеет.

Согласно письменной информации, представленной ИП <...>ой Е.А. и ИП <...>ой А.В. в материалы рекламного дела, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП <...>а А.В., рекламопроизводителем и рекламодателем - ИП <...>а Е.А.; содержание и наполнение рекламы определила ИП <...>а А.В.

В письменных пояснениях ИП <...>а А.В. указала, что реклама была согласована с ней рекламопроизводителем за несколько дней до выпуска номера газеты.

Из материалов рекламного дела усматривается, что **рекламопроизводителем и рекламодателем** рассматриваемой рекламы является ИП <...>а Е.А., **рекламопроизводителем – ИП <...>а А.В.**

Согласно выписке из ЕГРИП от 18.01.2013 основным видом экономической деятельности ИП <...>ой Е.А. является рекламная деятельность.

Согласно выписке из ЕГРИП от 05.04.2013 основным видом экономической деятельности ИП <...>ой А.В. является розничная торговля аксессуарами одежды, перчатками, галстуками, шарфами, ремнями.

Из вышеизложенного следует, что рассматриваемая реклама размещена ИП <...>ой Е.А. и ИП <...>ой А.В. с целью получения прибыли от их экономической деятельности, что отвечает целям предпринимательской деятельности.

В письменных пояснениях, представленных в материалы рекламного дела, ИП <...>а А.В. указала, что заказывала рекламу с информацией об ассортименте товара, включая солнцезащитные очки, но так как в рекламном блоке место ограничено, солнцезащитные очки решено было обозначить одним словом – очки; реклама размещена без учета требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе в связи с тем, что рекламировались не очки для коррекции зрения, а солнцезащитные очки.

Указанный довод ИП <...>ой А.В. Комиссией признан необоснованным, поскольку солнцезащитные очки Общероссийским классификатором продукции ОК 005-93 отнесены к медицинской технике (код 94 4201), следовательно, реклама солнцезащитных очков должна осуществляться с соблюдением требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе произошло как по вине рекламодателя - ИП <...>ой А.В., так и по вине рекламопроизводителя и рекламораспространителя – ИП <...>ой Е.А.

Из материалов рекламного дела усматривается, что ИП <...>ой Е.А. и ИП <...>ой А.В. не предпринято должных мер, направленных на соответствие рекламы требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, что и привело к рассматриваемому нарушению.

Таким образом, ИП <...>ой Е.А. и ИП <...>ой А.В. нарушены требования ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

Из материалов рекламного дела следует, что рассматриваемая реклама распространялась на территории г. Ухты Республики Коми 27.04.2013.

На дату принятия Комиссией решения в материалах рекламного дела отсутствуют доказательства прекращения распространения ненадлежащей рекламы. В связи с чем, Комиссия приходит к выводу о необходимости выдачи ИП <...>ой Е.А. и ИП <...>ой А.В. предписаний о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы.

На основании изложенного, руководствуясь п. 4 ст. 3, п. 2 ч. 1 ст. 33, п. 7 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37 – 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, п. 3.58 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12,

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу следующего содержания: «mosaika весна лето куртки

палантины перчатки очки ТЦ «Людмила» и ТЦ «Лада», размещенную на странице 18 газеты «PRO ГОРОД Ухта» № 17 (178) от 27.04.2013, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

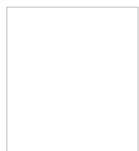
2. Выдать ИП <...>ой Е.А. предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения указанной в пункте 1 Решения ненадлежащей рекламы.

3. Выдать ИП <...>ой А.В. предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения указанной в пункте 1 Решения ненадлежащей рекламы.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении ИП <...>ой Е.А. дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

5. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении ИП <...>ой А.В. дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 19 сентября 2013 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.



Управление Федеральной антимонопольной службы
по республике Коми

ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

19 сентября 2013 года

№ 03-01/7964

Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в составе:

<...>

на основании своего Решения от 19.09.2013 по делу № Р 29-07/13 о признании ненадлежащей рекламы следующего содержания: «mosaiка весна лето куртки палантины перчатки очки ТЦ «Людмила» и ТЦ «Лада», размещенной на странице 18 газеты «ПРО ГОРОД Ухта» № 17 (178) от 27.04.2013, поскольку в ней нарушены требования ч. 7 ст. 24 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 «О рекламе», в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Индивидуальному предпринимателю <...>ой, адрес места нахождения:, в десятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: распространение в газете «ПРО ГОРОД Ухта» рекламы следующего содержания: «mosaiка весна лето куртки палантины перчатки очки ТЦ «Людмила» и ТЦ «Лада» в нарушение требований ч. 7 ст. 24 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 «О рекламе».

2. Индивидуальному предпринимателю <...>ой, представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания **до 11 октября 2013 г.**

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностное лицо административный штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей.

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



Управление Федеральной антимонопольной службы
по республике Коми

ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

19 сентября 2013 года

№ 03-01/7965

Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в составе:

<...>;

на основании своего Решения от 19.09.2013 по делу № Р 29-07/13 о признании ненадлежащей рекламы следующего содержания: «mosaiка весна лето куртки палантины перчатки очки ТЦ «Людмила» и ТЦ «Лада», размещенной на странице 18 газеты «ПРО ГОРОД Ухта» № 17 (178) от 27.04.2013, поскольку в ней нарушены требования ч. 7 ст. 24 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 «О рекламе», в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального

закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Индивидуальному предпринимателю <...>ой, в десятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: распространение в газете «PRO ГОРОД Ухта» рекламы следующего содержания: «mosaiка весна лето куртки палантины перчатки очки ТЦ «Людмила» и ТЦ «Лада» в нарушение требований ч. 7 ст. 24 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 «О рекламе».

2. Индивидуальному предпринимателю <...>ой Елене Алексеевне, представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания **до 11 октября 2013 г.**

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностное лицо административный штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей.

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