

ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

Управление по Кировской области

610019, г.Киров обл., ул. К.Либкнехта, 69, тел. 64-73-31

от "17" июня 2010 г.

г. Киров

РЕШЕНИЕ

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:
Председателя Комиссии – <.....> – руководителя управления и членов Комиссии –<.....> – начальника отдела финансовых рынков и рекламы, <.....> – ведущего специалиста-эксперта отдела финансовых рынков и рекламы;
в отсутствие ответчика – ИП <.....>надлежащим образом извещенного о дате, месте и времени рассмотрения дела;
в отсутствие заявителя – <.....>, надлежащим образом извещенного о дате, месте и времени рассмотрении дела;
протокол вела <.....> – специалист 3 разряда отдела товарных рынков и естественных монополий;
рассмотрев дело № 18 по признакам нарушения индивидуальным предпринимателем < > ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г.,

УСТАНОВИЛА:

В Управление федеральной антимонопольной службы по Кировской области обратился<.....> с заявлением о нарушении Федерального закона «О рекламе» № 38 от 13.03.2006 года при размещении рекламы в газете «Кирово-Чепецк».

По мнению заявителя нарушение заключается в следующем:

В газете «Кирово-Чепецк» № 15 от 24.04.2010 г. на 5 и 7 странице размещен рекламный модуль следующего содержания:
«Стоматолог, лечение зубов повышенной сложности, удаление зубов, пародонтология, ».

Заявитель считает, что при размещении вышеуказанного рекламного модуля отсутствует пометка на возможные противопоказания.

Согласно «Общероссийского классификатора видов экономической деятельности, продукции и услуг» ОК 004-93 (ред. От 01.02.2002) (УТВ. Постановлением Госстандарта РФ от 06.08.1993 № 17) раздел услуги в области здравоохранения и в социальной области лечение зубов, удаление зубов, пародонтология, **отнесены к услугам больниц и специализированных лечебных центров.**

«Общероссийский классификатор услуг населению» (утв. Постановлением Госстандарта РФ от 28.06.1993 г. № 163 в ред. От 28.03.2008) вышеперечисленные услуги также относит к **медицинским.**

В соответствии с частью 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.

Вышеуказанный рекламный модуль такого предупреждения не содержит. Тем самым содержатся признаки нарушения ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе».

Рекламораспространителем газеты «Кирово-Чепецк» является индивидуальный предприниматель <.....>, что подтверждается информацией в выходных данных газеты. Учитывая тот факт, что реклама содержит признаки нарушения ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе», ответственность за которую в соответствии с ч. 7 ст. 38 несет рекламораспространитель, производство по делу возбуждено в отношении индивидуального предпринимателя <.....>.

К заседанию Комиссии, назначенному на 17.06.2010 года, документы, запрошенные определением о возбуждении дела № 18 по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, поступили в полном объеме.

Заявитель – <.....> на рассмотрение дела не явился, о дате, времени и месте рассмотрение дела извещен надлежащим образом (почтовое уведомление № 25514765 от 28.05.2010 г.).

Ответчик <.....> на рассмотрение дела не явился, о дате, месте и времени рассмотрения дела извещен надлежащим образом (почтовое уведомление № 26520307 от 21.06.2010г.), своего представителя не направил.

До заседания Комиссии <.....> представил письменное объяснение, в котором факт нарушения рекламного законодательства признал

Изучив имеющиеся материалы и выслушав всех лиц участвующих в деле, Комиссия установила, что индивидуальный предприниматель <.....> нарушил 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, размещенная в газете «Кирово-Чепецк» № 15 от 24.04.2010 г. является рекламной, так как предназначена для неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования и поддержанию интереса к нему, его продвижению на рынке, по своему характеру разовым предложением не является.**

Согласно ч. 1 ст. 5 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускается.

Ненадлежащей признается реклама не соответствующая требованиям законодательства РФ (ст. 3 Закона).

В соответствии со свидетельством о регистрации СМИ от 26.03.2009 года ПИ № ТУ 43-108 газета «Кирово-Чепецк», является информационно-рекламным изданием.

Согласно «Общероссийского классификатора видов экономической деятельности, продукции и услуг» ОК 004-93 (ред. От 01.02.2002) (УТВ. Постановлением Госстандарта РФ от 06.08.1993 № 17) раздел услуги в области здравоохранения и в социальной области лечение зубов, удаление зубов, пародонтология, **отнесены к услугам больниц и специализированных**

лечебных центров.

«Общероссийский классификатор услуг населению» (утв. Постановлением Госстандарта РФ от 28.06.1993 г. № 163 в ред. От 28.03.2008) вышеперечисленные услуги также относит к **МЕДИЦИНСКИМ**.

В соответствии с частью 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.

Рекламный модуль такого предупреждения не содержит, тем самым нарушается ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе».

Согласно ч. 7 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных ч. 7 ст. 24 несет рекламодатель.

В соответствии с договором № 1 от 27.03.2009 года о передаче части прав по изданию печатного СМИ, издателем газеты «Кирово-Чепецк», является ИП <.....> (на момент выпуска рекламного модуля данный договор действовал). Согласно пункту 9 данного договора, издатель обязуется самостоятельно контролировать соответствие публикуемых в газете материалов требованиям законодательства РФ (в том числе и рекламного).

Согласно соглашению о прекращении договора от 24.04.2010, заключенному между ИП <.....> учредителем газеты <.....> прекращает исполнение прав и обязанностей издателя СМИ газета «Кирово-Чепецк». Но на момент выпуска спорного рекламного модуля издателем газеты являлся ИП <.....>

Все вышеуказанное позволяет сделать вывод, что нарушение рекламного законодательства произошло по вине рекламодателя - индивидуального предпринимателя <.....>.

В соответствии со ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламодателем или рекламопроизводителем законодательства о рекламе 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 **индивидуальный предприниматель <.....>** несет ответственность как должностное лицо, в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

Комиссия считает необходимым привлечь к административной ответственности ИП <.....>. Учитывая тот факт, что на момент рассмотрения дела издание газеты «Кирово-Чепецк» приостановлено, Комиссия решила предписание об устранении нарушения рекламного законодательства не выдавать.

Руководствуясь ст. 3, ст. 5, 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

Р Е Ш И Л А :

1. Признать ненадлежащей рекламу, размещенную в газете «Кирово-Чепецк» на 5 и 7 страницах в № 15 от 24.04.2010 г. следующего содержания: «Стоматолог, лечение зубов повышенной сложности, удаление зубов, пародонтология, ул. Луначарского, 19 (банно-оздоровительный комплекс), т. 2-65-87, 8-909-138-79-73», так как она противоречит требованиям ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

2. Признать ИП <.....>, нарушившим ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».

3. ИП <.....> предписание об устранении нарушения рекламного законодательства не выдавать, так как на момент рассмотрения дела издание газеты «Кирово-Чепецк» приостановлено.

4. Передать материалы дела ведущему специалисту-эксперту отдела финансовых рынков и рекламы Кировского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 КоАП РФ, в отношении ИП <.....>.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в трехмесячный срок.

Председатель Комиссии <.....>

Члены Комиссии <.....>

<.....>