

ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

Управление по Кировской области

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

от "02" июня 2011 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 – <.....> зам. руководителя управления и членов Комиссии – <.....> вед. специалиста-эксперта отдела финансовых рынков и рекламы, <.....> - специалиста 2 разряда отдела финансовых рынков и рекламы; в отсутствие ИП <.....>, надлежащим образом извещенного о дате, месте и времени рассмотрения дела, о чем имеется отметка в уведомлении о вручении почтового отправления от 16.05.2011г.
протокол вела <.....>. – специалист 3 разряда отдела товарных рынков и естественных монополий;
рассмотрев дело № 28 по признакам нарушения ИП <.....> ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г.,

УСТАНОВИЛА:

При осуществлении государственного контроля за соблюдением печатными средствами массовой информации действующего рекламного законодательства было установлено, что в газете «Вести. Вятка +» от 18.04.2011 № 15 (32) на 6 странице был размещен рекламный модуль следующего содержания:

«Слуховые аппараты. Более 100 наименований (Швейцария, Дания, Россия), Профессиональная настройка,

Незаметные модели. Кабинет слухопротезирования, ул. <...> (ост. «Парк Гагарина»), тел. 37-20-90, режим работы: с 9.00 до 18.00, в субботу с 10 до 14.00».

Реклама медицинской техники и изделий медицинского назначения, в соответствии с требованиями ст. 24 Федерального закона «О рекламе», должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. В вышеуказанном модуле такое предупреждение отсутствовало.

Учитывая то, что за нарушение требований ч. 7 ст. 24 в соответствии с ч. 6 ст. 38 ФЗ «О рекламе» ответственность несет рекламодатель – ИП <.....>, в отношении данного хозяйствующего субъекта было возбуждено производство по делу. О дате, месте и времени рассмотрения дела ИП <.....> извещен надлежащим образом, что подтверждается отметкой в уведомлении о вручении почтового отправления от 16.05.2011г. При этом, <.....> на рассмотрение дела не явился, своего представителя не направил, ходатайств не заявлял.

До заседания Комиссии, назначенного на 02.06.2011 года, от ИП <.....>. поступило письменное объяснение, в котором он поясняет следующее: «Я делегировал полномочия по соблюдению требований рекламного законодательства <.....>. (руководителю АУ «ИА «Вятинфо»), как исполнителю договора № 01-148 на оказание рекламных услуг. В тексте договора указано, что в случае предоставления заказчиком рекламных материалов, нарушающих положения действующего законодательства о рекламе, исполнитель предупреждает об этом заказчика. За все время размещения рекламных материалов я не получал никаких замечаний со стороны исполнителя по поводу несоответствия размещенных мною рекламных материалов действующему законодательству о рекламе, о нарушениях не знал и устранить их не мог».

Изучив имеющиеся документы, 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, размещенная в газете «Вести. Вятка +» от 18.04.2011 № 15 (32) на 6 странице: «Слуховые аппараты. Более 100 наименований (Швейцария, Дания, Россия), Профессиональная настройка, Незаметные модели. Кабинет слухопротезирования, ул. Ленина, 89/1 (ост. «Парк Гагарина»), тел. 37-20-90, режим работы: с 9.00 до 18.00, в субботу с 10 до 14.00», соответствуют требованиям ст. 3 Федерального закона «О рекламе» и является рекламной.

В соответствии с ч. 1 ст. 5 Закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускаются.

Ненадлежащей признается реклама, не соответствующая требованиям законодательства РФ.

Согласно пункту 9444 Постановления Правительства РФ от 01.12.2009 № 982 «Об утверждении единого перечня продукции, подлежащей обязательной сертификации, и единого перечня продукции, подтверждение соответствия которой осуществляется в форме принятия декларации соответствия» слуховые аппараты относятся к приборам и аппаратам для лечения, устройствам для замещения функций органов.

Понятие изделий медицинского назначения и медицинской техники, содержится в «Правилах функционирования Системы добровольной сертификации "Медконтроль" (утв. Росздравнадзором 20.01.2005), в соответствии с которыми это приборы, аппараты, инструменты, устройства, комплекты, комплексы, системы с программными средствами, оборудование, приспособления, перевязочные и шовные средства, стоматологические материалы, наборы реагентов, контрольные материалы и стандартные образцы, изделия из полимерных, резиновых и иных материалов, которые применяются в медицинских целях по отдельности или в сочетании между собой и которые предназначены для:

- профилактики, диагностики, лечения заболеваний, реабилитации, проведения медицинских процедур, исследований медицинского характера, замены или модификации частей тканей, органов и организма человека, восстановления или

компенсации нарушенных или утраченных физиологических функций, контроля над зачатием.

Системный анализ вышеперечисленных норм позволяет сделать вывод, что слуховые аппараты относятся к медицинской технике.

Тот факт, что слуховые аппараты относятся к медицинской технике подтверждается и представленными ответчиком регистрационными удостоверениями: ФС № 2006/1600, ФСЗ 2010/08709, ФСЗ 2009/04215, выданными Федеральной службой по надзору в сфере здравоохранения и социального развития.

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. 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)**.

В рекламном модуле «Слуховые аппараты...» такое предупреждение отсутствует, поэтому он размещен с нарушением требований ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».

Согласно ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных ч. 7 ст. 24 закона, несет как рекламораспространитель, так и рекламодатель. Рекламораспространителем является учредитель и издатель газеты – АУ «Информационное агентство «Вятинфо», а рекламодателем ИП <.....>. Нарушение произошло по вине обоих хозяйствующих субъектов. В отношении рекламораспространителя возбуждено отдельное производство.

Согласно п. 6.3 договора на оказание рекламных услуг № 01-148 от 30.06.2010 г. заказчик <.....> самостоятельно несет ответственность перед третьими лицами за содержание рекламы. Предупреждение, предусмотренное ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе», относится к содержанию рекламы.

Поэтому, в данном случае не имеет значение довод ответчика о том, что исполнитель (АУ «ИА «Вятинфо») не предупредил его о противоречии рекламного материала требованиям рекламного законодательства.

Учитывая то, что на момент рассмотрения дела отсутствовало документальное подтверждение того, что нарушение устранено, Комиссия решила выдать ИП <.....> предписание об устранении нарушения рекламного законодательства.

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 ей 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 в газете «Вести. Вятка +» от 18.04.2011 № 15 (32) на 6 странице: «Слуховые аппараты. Более 100 наименований (Швейцария, Дания, Россия), Профессиональная настройка, Незаметные модели. Кабинет слухопротезирования, ул. Ленина, 89/1 (ост. «Парк Гагарина»), тел. 37-20-90, режим работы: с 9.00 до 18.00, в субботу с 10 до 14.00», так как она противоречит требованиям ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».

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

3. ИП <.....>. выдать предписание об устранении нарушения рекламного законодательства.

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

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в трехмесячный срок.

Решение изготовлено в окончательной форме 15.06.2011 года.

Председатель Комиссии <.....>

Члены Комиссии <.....>
<.....>

от «02» июня 2011 г.

№ 7

ПРЕДПИСАНИЕ о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: Председателя Комиссии – <.....> и членов Комиссии –<.....>., <.....> на основании своего решения от 02 июня 2011 г. (изготовлено в полном объеме 15.06.2011 г.) по делу № 28 по нарушению ИП <.....> ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г.,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

Индивидуальному предпринимателю <...> в десятидневный срок с момента получения предписания прекратить нарушение ч.7 ст. 24 Федерального закона РФ «О рекламе», а именно:

· Не допускать размещение рекламы медицинской техники слуховых аппаратов любым способом, в любой форме и с использованием любых средств без соответствующего предупреждения.

Информацию об исполнении представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области **в срок до 11 июля 2011 года.**

В случае неисполнения предписания в соответствии с п. 2.4 ст. 19.5 Кодекса РФ об административных правонарушениях предусмотрена административная ответственность в виде штрафа: на должностных лиц 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 течение трех месяцев.

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<.....>