

ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

Управление по Кировской области
610019, г. Киров обл., ул. К.Либкнехта, 69, тел. 64-73-31

от "24" декабря 2009 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 – <.....> – начальника отдела финансовых рынков и рекламы, <.....> – вед. специалиста-эксперта отдела финансовых рынков и рекламы, в присутствии:

<.....> – главного редактора ООО ИКЦ «Презентация» по доверенности ;

<.....> – юриста ООО ИКЦ «Презентация» по доверенности ;

протокол вела <.....> – вед. специалист - эксперт отдела финансовых рынков и рекламы;

рассмотрев дело № 44 по признакам нарушения ООО ИКЦ «Презентация» ч. 3 ст. 22, ч. 7 ст. 24 и ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г.,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области 11.11.2009 поступили сообщения о нарушении рекламного законодательства ООО ИКЦ «Презентация».

В результате проверки по указанным сообщениям было установлено, что в газетах «Презентация» размещалась следующая реклама:

«Ломбард» (№ 29/часть 2 (1124) 17.07.2009 страница 6);

«Автоломбард» (№ 34/часть 2 (1129) от 21.08.2009 страница 6)

«Слуховые аппараты» (№ 42 (1137) от 16.10.2009 страница 15);

«Медицинский центр «Николь-Мед» (реклама контактных линз) (№ 37/часть 2 (1132) от 11.09.2009 страница 5);

«Медицинский центр» (№ 29/часть 2 (1124) от 17.07.2009 страница 2);

«Семейная клиника «ЛигаМед» (№ 28/часть 2 (1123) от 10.07.2009 страница 2);

«Детский медицинский центр «Лада-Мед» (№ 32/часть 2 (1127) от 07.08.2009 страница 8);

«Пластырь «Тяньхэ» (№ 43 (1138) от 23.10.2009 страница 11);

«пивбар «Зазеркалье» (№ 44 (1139) от 30.10.2009 страница 12);

Указанные рекламные модули были размещены с нарушением требований ч. 3 ст. 22, ч.7 ст. 24 и ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе». Ответственность за данные нарушения возложена на рекламодателя, которым в данном случае является ООО ИКЦ «Презентация», поэтому в отношении указанного Общества было возбуждено производство по делу.

При рассмотрении дела представители ООО ИКЦ «Презентация» нарушения законодательства признали, при этом сообщили, что в настоящий момент в модули внесена соответствующая информация, которая соответствует требованиям по объему. Кроме того, предупреждения в модулях медицинской техники и услуг размещаются уже с конца октября 2009, т.е. до поступления сообщений о нарушении рекламного законодательства.

Изучив имеющиеся документы и заслушав доводы ответчика, Комиссия установила, что ООО ИКЦ «Презентация» нарушены ч. 3 ст. 22, ч. 7 ст. 24 и ч. 1 ст. 28 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.

Рекламные модули «Ломбард» (№ 29/часть 2 (1124) 17.07.2009 страница 6); «Автоломбард» (№ 34/часть 2 (1129) от 21.08.2009 страница 6); «Слуховые аппараты» (№ 42 (1137) от 16.10.2009 страница 15); «Медицинский центр «Николь-Мед» (реклама контактных линз) (№ 37/часть 2 (1132) от 11.09.2009 страница 5); «Медицинский центр» (№ 29/часть 2 (1124) от 17.07.2009 страница 2); «Семейная клиника «ЛигаМед» (№ 28/часть 2 (1123) от 10.07.2009 страница 2); «Детский медицинский центр «Лада-Мед» (№ 32/часть 2 (1127) от 07.08.2009 страница 8); «Пластырь «Тяньхэ» (№ 43 (1138) от 23.10.2009 страница 11); «пивбар «Зазеркалье» (№ 44 (1139) от 30.10.2009 страница 12), размещенные ООО ИКЦ «Презентация» в газетах «Презентация» полностью соответствуют требованиям ст. 3 и является рекламой.

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).

1. В соответствии со ст. 4 Федерального закона «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ ломбарды отнесены к финансовым организациям, оказывающим финансовые услуги. Частью 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» установлено, что реклама финансовых услуг должна содержать наименование лица их оказывающих.

Рекламные модули «Ломбард» и «Автоломбард» наименований юридических лиц (ООО «Золотая осень» и ООО «Плюс 2») не содержат, а потому размещены с нарушением требований ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

2. Слуховые аппараты в соответствии с регистрационным удостоверением ФС№2005/1539 и контактные линзы Медицинского центра «Николь-Мед», в соответствии с Общероссийским классификатором продукции ОК 005-93) относятся к **медицинской технике**.

В модулях «Медицинский центр», «Семейная клиника «ЛигаМед», «Детский медицинский центр «Лада-Мед» содержится указание на следующие услуги: диагностика и лечение кожных, грибковых заболеваний, угревой болезни, лечение эректильной дисфункции, лечение на аппарате «Псориамед»; рефлексо-, озонотерапия, процедурный кабинет, анализы, мануальная терапия, массаж; прививки импортными вакцинами, консультации врачей педиатров, УЗИ, ЭКГ, ЭЭГ, ЭНМГ, массаж, физиолечение и др.

«Общероссийский классификатор 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,

«Общероссийский классификатор услуг населению» (утв. Постановлением Госстандарта РФ от 28.06.1993 г. № 163 в ред. от 28.03.2008) вышеперечисленные услуги относят к **медицинским**. Кроме этого, данный перечень услуг указан в приказе Минздрава РФ от 10.04.2001. г. № 113 «О введении в действие отраслевого классификатора «Простые медицинские услуги».

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)**.

Все вышеперечисленные рекламные модули такого предупреждения не содержат, а предупреждение в рекламе лечебного пластыря «Тяньхэ», являющегося лекарственным средством, меньше установленных пяти процентов рекламной площади.

3. Кроме того, частью 3 ст. 22 Федерального закона «О рекламе» установлено, что реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе в каждом случае должна сопровождаться **предупреждением о вреде его чрезмерного потребления**. В рекламе такому предупреждению должно быть отведено - **не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства)**.

Рекламный модуль «пивбара «Зазеркалье» содержит предупреждение о вреде чрезмерного употребления пива, которое меньше десяти процентов рекламной площади.

Согласно ст. 38 ФЗ «О рекламе» за нарушение требований ч. 3 ст. 22, ч. 7 ст. 24 и ч. 1 ст. 28 ответственность несет рекламораспространитель.

Рекламораспространителем в данном случае выступает ООО ИКЦ «Презентация», а потому нарушение произошло по его вине. В настоящий момент в рекламные модули в добровольном порядке внесены соответствующие изменения: наименования лиц, оказывающих финансовые услуги, предупреждения, предусмотренные ст. 22 и 24 Закона, которые в том числе соответствуют требуемому объему, поэтому Комиссия решила предписание не выдавать.

В соответствии со ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламораспространителем 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 сорока тысяч до пятисот тысяч рублей.

Комиссия считает необходимым привлечь ООО ИКЦ «Презентация» к административной ответственности.

Руководствуясь ст. 3, ст. 22, ст. 24, ст. 28, 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:

Признать ненадлежащей рекламу: «Ломбард» (№ 29/часть 2 (1124) 17.07.2009 страница 6); «Автоломбард» (№ 34/часть 2 (1129) от 21.08.2009 страница 6); «Слуховые аппараты» (№ 42 (1137) от 16.10.2009 страница 15); «Медицинский центр «Николь-Мед» (реклама контактных линз) (№ 37/часть 2 (1132) от 11.09.2009 страница 5); «Медицинский центр» (№ 29/часть 2 (1124) от 17.07.2009 страница 2); «Семейная клиника «ЛигаМед» (№ 28/часть 2 (1123) от 10.07.2009 страница 2); «Детский медицинский центр «Лада-Мед» (№ 32/часть 2 (1127) от 07.08.2009 страница 8); «Пластырь «Тяньхэ» (№ 43 (1138) от 23.10.2009 страница 11); «пивбар «Зазеркалье» (№ 44 (1139) от 30.10.2009 страница 12); размещенную ООО ИКЦ «Презентация» в газетах «Презентация», так как она противоречит требованиям ч. 3 ст. 22, ч. 7 ст. 24 и ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

2. Признать ООО ИКЦ «Презентация», нарушившим ч.3 ст. 22, ч. 7 ст. 24 и ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

3. Предписание об устранении нарушения рекламного законодательства не выдавать.

4. Передать материалы дела ведущему специалисту-эксперту отдела финансовых рынков и рекламы для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 КоАП РФ, в отношении ООО ИКЦ «Презентация».

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в трехмесячный срок.

Решение изготовлено в окончательной форме 11.01.2010 года.

Председатель Комиссии

<>.....

Члены Комиссии

<.....>

<.....>