

П О С Т А Н О В Л Е Н И Е № 72 р-78-12

о прекращении производства по делу
об административном правонарушении

«11» июля 2012 г.

г. Киров

Руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области <...>, рассмотрев протокол об административном правонарушении № 72 р от 04.07.2012 составленный <...> – ведущим специалистом - экспертом в отношении директора ООО «Бизнес Класс» по нарушению ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006 года № 38-ФЗ,

У С Т А Н О В И Л:

В ходе рассмотрения дела № 78 по признакам нарушения законодательства о рекламе Комиссией Кировского УФАС России был установлен факт нарушения ООО «Бизнес Класс» ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 года.

Нарушение заключается в следующем.

В журнале «Бизнес класс Киров» за сентябрь 2011 на странице 100 размещалась статья «Пробуждение красоты», рассказывающая о центре медицины и косметологии «Эллада» и оказываемых им медицинских услугах в области косметологии.

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 журнале «Бизнес класс Киров» за сентябрь 2011 на странице 100 под названием: «Пробуждение красоты», рассказывающая о центре

медицины и косметологии «Элада» и оказываемых им медицинских услугах в области косметологии, соответствует требованиям ст. 3 Федерального закона «О рекламе» и является рекламной.

Согласно п. 4 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» ненадлежащей признается реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

На момент распространения рекламной информации, действующий в то время [Перечень](#) работ (услуг) при осуществлении медицинской деятельности, утвержденный постановлением Правительства Российской Федерации от 22.01.2007 N 30 "Об утверждении Положения о лицензировании медицинской деятельности", работы (услуги), выполняемые при осуществлении доврачебной, амбулаторно-поликлинической, стационарной, скорой и скорой специализированной (санитарно-авиационной), высокотехнологичной, санаторно-курортной медицинской помощи, порядок организации которых определяется Министерством здравоохранения и социального развития Российской Федерации, включал в себя работы (услуги) по косметологии терапевтической и косметологии хирургической.

При этом действующий на момент вынесения решения по делу, Перечень работ (услуг), составляющих медицинскую деятельность, утвержденный Постановлением Правительства РФ от 16.04.2012 № 291 «О лицензировании медицинской деятельности (за исключением указанной деятельности, осуществляемой медицинскими организациями и другими организациями, входящими в частную систему здравоохранения, на территории инновационного центра «Сколково»», также включает в себя работы (услуги) по косметологии.

Таким образом, работы (услуги) проводимые и оказываемые в области косметологии являются медицинскими.

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, которое должно составлять не менее пяти процентов рекламной площади.**

Указанная выше рекламная информация под названием: «Пробуждение красоты» сопровождается предупреждением «уточните возможные противопоказания, проконсультируйтесь у специалистов», которому уделено менее пяти процентов рекламного пространства, что является нарушением ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».

Согласно части 7 статьи 38 Закона ответственность за нарушение требований ч. 7 ст. 24 несет рекламодатель. Рекламодателем в данном случае является ООО «Бизнес Класс», поэтому нарушение действующего рекламного законодательства произошло по его вине.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем 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 должностное лицо подлежит административной ответственности в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей. Должностным лицом ООО «Бизнес Класс» является директор <>.

Указанное лицо в соответствии с Уставом руководит текущей деятельностью Общества и несет ответственность за соблюдение действующего законодательства. Поэтому, именно она должна была предотвратить нарушение законодательства о рекламе.

На момент составления и рассмотрения протокола нарушение законодательства о рекламе устранено.

При рассмотрении протокола представитель ООО «Бизнес Класс» по доверенности от 10.07.2012 <...>, который нарушение законодательства о рекламе признал и пояснил, что нарушение было допущено случайно.

Кроме того, оно не нанесло существенной угрозы охраняемым общественным отношениям, так как предупредительная надпись имеется и хорошо воспринимается потребителями, поэтому просил признать его малозначительным и объявить устное замечание.

Учитывая тот факт, что к административной ответственности за нарушение рекламного законодательства <...> ранее не привлекалась, само нарушение не нанесло существенной угрозы охраняемым общественным отношениям, считаю возможным признать правонарушение малозначительным и объявить устное замечание.

Руководствуясь статьями 3, 24, 33, 38 Федерального закона «О рекламе», статьями 2.4, 2.9, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Производство по делу об административном правонарушении в отношении директора ООО «Бизнес Класс» <...>прекратить.
2. Объявить директору ООО «Бизнес Класс» <...> устное замечание.