

РЕШЕНИЕ

по делу № 70/04-2016р

Резолютивная часть решения оглашена 23 января 2017 года.
Киров

г.

В полном объеме решение изготовлено 02 февраля 2017 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства в составе: Председателя комиссии:

... – руководителя управления;

Членов комиссии:

<...> – начальника отдела ФРИР Кировского УФАС России;

<...> – специалиста 1 разряда отдела ФРИР Кировского УФАС России;

Секретарь – <...> – специалист 1 разряда отдела ФРИР Кировского УФАС России;

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе: Индивидуального предпринимателя <...>;

рассмотрев дело № 70/04-16р, возбужденное по признакам нарушения Индивидуальным предпринимателем <...> (далее – ИП <...>) (Юридический адрес: <...>; Фактический адрес: <...> ИНН <...>, ОГРНИП <...>) ч. 7 ст. 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – Федеральный закон «О рекламе») при размещении наружной рекламы следующего содержания: «<...>. ТОВАРЫ ДЛЯ ЗДОРОВЬЯ. Ортопедические изделия: фиксаторы мышц и суставов, бандажи, пояса и корсеты, корректоры осанки. Свобода движения! Компрессионный трикотаж: для профилактики и лечения <...>» и «Ортопедические подушки, домашняя медтехника, ортопедическая профилактическая обувь для детей, средства реабилитации» на фасаде здания по адресу: г. Киров, <...>

УСТАНОВИЛА:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства о рекламе в соответствии со статьей 33 Федерального закона «О рекламе» Кировским УФАС России было установлено, что на фасаде здания по адресу: г. Киров, <...>, размещена информация следующего содержания: «<...>. ТОВАРЫ ДЛЯ ЗДОРОВЬЯ. Ортопедические изделия: фиксаторы мышц и суставов,

бандажи, пояса и корсеты, корректоры осанки. Свобода движения! Компрессионный трикотаж: для профилактики и лечения <...>» и «Ортопедические подушки, домашняя медтехника, ортопедическая профилактическая обувь для детей, средства реабилитации», которая содержит признаки нарушения Федерального закона «О рекламе».

Определением от 24.10.2016 Кировским УФАС России возбуждено дело № 70/04-16р в отношении ИП <...>. по признакам нарушения ч.7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе», выразившегося в определении содержания рекламы медицинских услуг и ее распространении в отсутствие предупреждения о наличии противопоказаний к применению и использованию предоставляемых медицинских услуг, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. Рассмотрение дела назначено на 15.11.2016.

15.11.2016 Комиссией Кировского УФАС России принято решение о продлении рассмотрения дела и отложении его рассмотрения на 14.12.2016 в связи с тем, что в материалах дела отсутствует документ, подтверждающий, что ответчик надлежащим образом уведомлен о дате, времени и месте заседания Комиссии.

Определением от 14.12.2016 Кировским УФАС России принято решение об отложении рассмотрения дела № 70/04-16р на 23.01.2016 в связи с тем, что в материалах дела отсутствует документ, подтверждающий, что ответчик надлежащим образом уведомлен о дате, времени и месте заседания Комиссии.

Лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе ИП <...>, уведомленный надлежащим образом о дате, времени и месте рассмотрения дела № 70/04-16р, обеспечил явку на заседание Комиссии.

На заседании Комиссии Кировского УФАС России ответчик представил в материалы дела документы, запрошенные Управлением, а также пояснил, что рекламодателем, определившим содержание спорной рекламы следующего содержания «<...>. ТОВАРЫ ДЛЯ ЗДОРОВЬЯ. Ортопедические изделия: фиксаторы мышц и суставов, бандажи, пояса и корсеты, корректоры осанки. Свобода движения! Компрессионный трикотаж: для профилактики и лечения <...>» и «Ортопедические подушки, домашняя медтехника, ортопедическая профилактическая обувь для детей, средства реабилитации» и рекламораспространителем является ИП <...>, факт нарушения признал.

Изучив материалы дела, Комиссия Кировского УФАС России приходит к следующим выводам.

Согласно ст. 3 Федерального закона «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 на фасаде здания по адресу: г. Киров, <...>, следующего содержания: «<...>. ТОВАРЫ ДЛЯ ЗДОРОВЬЯ. Ортопедические изделия: фиксаторы мышц и суставов, бандажи, пояса и корсеты, корректоры осанки. Свобода движения! Компрессионный трикотаж: для профилактики и лечения <...>» и «Ортопедические подушки, домашняя медтехника, ортопедическая профилактическая обувь для детей, средства реабилитации», адресована неопределенному кругу лиц, поскольку ее могут видеть покупатели торгового центра, который находится рядом, пешеходы, водители, т.е. доступна без ограничения для всех категорий населения, направлена на привлечение внимания потребителей к объекту рекламирования (ортопедическому центру «<...>»), способствует формированию интереса к рекламируемым услугам (реализация ортопедических медицинских изделий) и их продвижению на рынке, и по своему содержанию является рекламой.

Согласно части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, *медицинских изделий* 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 п. 1 ст. 38 Федерального закона от 21.11.2011 № 323 «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» медицинскими изделиями являются любые инструменты, аппараты, приборы, оборудование, материалы и прочие изделия, применяемые в медицинских целях отдельно или в сочетании между собой, а также вместе с другими принадлежностями, необходимыми для применения указанных изделий по назначению, включая специальное программное обеспечение, и предназначенные производителем для профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации заболеваний, мониторинга состояния организма человека, проведения медицинских исследований, восстановления, замещения, изменения анатомической структуры или физиологических функций организма, предотвращения или прерывания беременности, функциональное назначение которых не реализуется путем фармакологического, иммунологического, генетического или метаболитического воздействия на организм человека. Медицинские изделия могут признаваться взаимозаменяемыми, если они сравнимы по функциональному назначению, качественным и техническим характеристикам и способны заменить друг друга.

Согласно п. 2 ст. 38 Федерального закона от 21.11.2011 № 323 «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» медицинские изделия подразделяются на классы в зависимости от потенциального риска их применения и на виды в соответствии с номенклатурной классификацией медицинских изделий. Номенклатурная классификация медицинских изделий утверждается

уполномоченным федеральным органом исполнительной власти.

В соответствии с Номенклатурной классификацией медицинских изделий, утвержденной Приказом Минздрава России от 06.06.2012 N 4н, к медицинским изделиям относятся: к группе Вспомогательные и общебольничные медицинские изделия(2): - ограничители/фиксаторы медицинские (2.21), - подушки медицинские (2.28), к группе Ортопедические медицинские изделия(10): - системы спинальной фиксации и сопутствующие изделия (10.18), - фиксирующие системы ортопедические (10.22), - прочие ортопедические медицинские изделия (10.27); к группе Реабилитационные и адаптированные для инвалидов медицинские изделия: - Прочие реабилитационные и адаптационные медицинские изделия (13.13).

Таким образом, ортопедические изделия, перечисленные в рекламном модуле (фиксаторы мышц и суставов, бандажи, пояса, корректоры осанки, корсеты, ортопедические подушки), а также средства реабилитации относятся к медицинскими изделиями, следовательно, реклама должна сопровождаться предупреждением, установленным ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».

С учетом вышеизложенного, реклама медицинских изделий, размещенная на фасаде здания по адресу: г. Киров, <...>, следующего содержания: «<...>. ТОВАРЫ ДЛЯ ЗДОРОВЬЯ. Ортопедические изделия: фиксаторы мышц и суставов, бандажи, пояса и корсеты, корректоры осанки. Свобода движения! Компрессионный трикотаж: для профилактики и лечения <...>» и «Ортопедические подушки, домашняя медтехника, ортопедическая профилактическая обувь для детей, средства реабилитации» не соответствует требованиям части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», так как не содержит предупреждение о наличии противопоказаний к применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

Согласно ч. 6 и ч. 7 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение ч. 7 ст. 24 Закона несет как рекламодатель (изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо), так и рекламораспространитель (лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств).

Из документов, представленных в материалы дела, а именно: письменных пояснений от ИП <...>. от 23.01.2017 года, Договора № УТ0001067 от 28.10.2013 года на изготовление рекламных макетов, заключенного между ИП <...>. и ООО «<...>», Спецификации № 00000001011 к договору, Счет-договору № 1011 от 28.10.2013 года, Акта № 1201 от 07.11.2013 года, Платежного поручения № 148 от 28.10.2016 года, скриншота с электронной почты ИП <...> о согласовании макетов и размещении рекламы, следует, что заказчиком и рекламодателем данной рекламы является ИП <...>., определивший объект рекламирования и осуществивший заказ рекламы.

Рекламораспространителем является ИП <...>., так как реклама размещена на фасаде здания по адресу: г. Киров, <...>, которое занимает ИП <...>. согласно договору Л № 2/63 от 01.08.2016 года аренды нежилого помещения по адресу: г. Киров, <...>.

Комиссия Кировского УФАС России решила выдать ИП <...>. предписание об устранении нарушения рекламного законодательства, поскольку на момент вынесения решения в материалах дела отсутствуют документы, подтверждающие прекращение размещения спорной рекламы.

На основании ч. 5 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение установленных законодательством о рекламе требований к рекламе лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, в том числе методов лечения, а также биологически активных добавок влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от десяти тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от двухсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Комиссия считает необходимым передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 5 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ИП <...> (ИНН <...>, ОГРНИП <...>).

Руководствуясь ст. 3, ч. 7 ст. 24, ст. 38 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу следующего содержания: «<...>. ТОВАРЫ ДЛЯ ЗДОРОВЬЯ. Ортопедические изделия: фиксаторы мышц и суставов, бандажи, пояса и корсеты, корректоры осанки. Свобода движения! Компрессионный трикотаж: для профилактики и лечения <...>» и «Ортопедические подушки, домашняя медтехника, ортопедическая профилактическая обувь для детей, средства реабилитации», размещенную на фасаде здания по адресу: г. Киров, <...>, которая не соответствует требованиям ч. 7 ст. 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
2. Индивидуальному предпринимателю <...> (ИНН <...>, ОГРНИП <...>) выдать предписание об устранении нарушения законодательства РФ о рекламе.
3. Передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 5 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административном правонарушении в отношении Индивидуального предпринимателя <...>.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса

Российской Федерации