

РЕШЕНИЕ по делу № 77

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, <...> – вед. специалиста-эксперта отдела финансовых рынков и рекламы,

в присутствии:

<> – представителя ООО «Про Город Киров» по доверенности от 01.03.2012,

В отсутствие надлежащим образом извещенного о дате, месте и времени рассмотрения дела заявителя - физического лица,

протокол вела <...> – специалист 2 разряда отдела финансовых рынков и рекламы;

рассмотрев дело № 77, возбужденное по заявлению физического лица, по признакам нарушения ООО «Про Город Киров» п. 7 ст. 7 и ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г.,

УСТАНОВИЛА:

12.05.2012 в Кировское УФАС России от физического лица поступило сообщение о нарушении действующего рекламного законодательства при размещении в газете «Про город Киров» № 31 от 30 июля 2011 на 33 странице рекламы следующего содержания: «Татуаж, татуировка, пирсинг.321757».

В соответствии с п. 7 ст. 7 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама товаров, на производство и (или) реализацию которых требуется получение [лицензий](#) или иных специальных разрешений, в случае отсутствия таких разрешений.

Согласно «Номенклатуре работ и услуг в здравоохранении», утвержденной Приказом Минздравсоцразвития РФ 12.07.2004 прокол мочек ушей, **пирсинг** (А 21.01.010) относятся к простым **медицинским услугам**, и следовательно, для их оказания необходимо получение лицензии на осуществление медицинской деятельности.

По мнению заявителя, лицо, разместившее рекламу, такой лицензии не имеет, соответственно в данном случае содержатся признаки нарушения п. 7 ст. 7

Федерального закона «О рекламе».

Кроме того, в силу части 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 чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

Указанная выше рекламная информация такого предупреждения не содержит, а потому размещена с нарушением ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».

В ходе рассмотрения заявления было установлено, что несоблюдение обязательных требований рекламного законодательства допустил рекламопроизводитель и рекламораспространитель ООО «Про Город Киров», который в соответствии с ч. 7 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» несет ответственность за нарушение п. 7 ст. 7 и ч. 7 ст. 24, поэтому в отношении данного хозяйствующего субъекта было возбуждено производство по делу.

На заседании Комиссии представитель ООО «Про Город Киров» признала факт нарушения рекламного законодательства и пояснила, что оно было допущено по невнимательности со стороны оператора, который принимал данное строчное объявление.

Изучив имеющиеся документы, заслушав доводы представителя ответчика, Комиссия установила, что ООО «Про Город Киров» 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 «Про город Киров» № 31 от 30 июля 2011 на 33 странице: «Татуаж, татуировка, пирсинг.321757», соответствует требованиям ст. 3 Федерального закона «О рекламе» и является рекламой, так как направлена на привлечение внимания потребителей к услугам татуажа, татуировки и пирсинга.

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

На момент распространения рекламной информации, действующая в то время «Номенклатура работ и услуг в здравоохранении», утвержденная Приказом Минздравсоцразвития РФ 12.07.2004 прокол мочек ушей, **пирсинг** (А 21.01.010) относилась к простым **медицинским услугам**, и следовательно, для их оказания необходимо получение лицензии на осуществление медицинской деятельности.

При этом действующая сейчас, «Номенклатура медицинских услуг», утвержденная приказом Минздравсоцразвития РФ от 27.12.2011 (зарегистрирована в Минюсте РФ 24.01.2012 № 23010) **пирсинг** (А 21.01.010) также относит к простым **медицинским услугам**, на оказание которой необходимо получение лицензии на осуществление медицинской деятельности.

Как было установлено в ходе рассмотрения дела и не оспаривается представителем ООО «Про Город Киров», у лица, подавшего для размещения спорную информацию, лицензия на осуществление медицинской деятельности отсутствует, поэтому не могла быть предоставлена при приеме объявления.

В соответствии с п. 7 ст. 7 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама товаров, на производство и (или) реализацию которых требуется получение [лицензий](#) или иных специальных разрешений, в случае отсутствия таких разрешений.

Таким образом, реклама услуг пирсинга была размещена с нарушением п. 7 ст. 7 Федерального закона «О рекламе».

Кроме того, 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.**

Указанная выше рекламная информация такого предупреждения не содержала, поэтому была размещена с нарушением ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».

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

Так как в настоящий момент рассматриваемая реклама не распространяется, Комиссия решила предписание о прекращении нарушения действующего рекламного законодательства не выдавать.

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 «Про Город Киров» является главный редактор газеты «Про город Киров» <>.

Комиссия считает необходимым привлечь <> к административной ответственности.

Руководствуясь ст. 3, ст. 7, 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 «Про город Киров» № 31 от 30 июля 2011 на 33 странице: «Татуаж, татуировка, пирсинг.321757», так как она противоречит требованиям п. 7 ст. 7 и ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».

2. Признать ООО «Про Город Киров», нарушившим п. 7 ст. 7 и ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».

3. ООО «Про Город Киров» предписание об устранении нарушения рекламного законодательства не выдавать.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Кировского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 КоАП РФ, в отношении главного редактора газеты «Про город Киров» ООО «Про Город Киров».

Решение изготовлено в окончательной форме 28.06.2012 года.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном ст. 198 АПК РФ.