

РЕШЕНИЕ

16 февраля 2011г.

г.

Барнаул

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, рассмотрев дело № 11-ФАС22-Р/01-11 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту размещения в общественно-политической газете «ЛОМ» рекламы, в которой усматриваются признаки нарушения требований, предъявляемых к рекламе медицинских услуг и к рекламе, распространяемой в периодических печатных изданиях,

в отсутствии представителей:

заявителя — Каменского городского общества потребителей (Алтайский край, 658700, г. Камень-на-Оби, Комсомольская ул., д.11),

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, рекламодателя – Ж.,

УСТАНОВИЛА:

30 ноября 2010 года в Алтайское краевое УФАС России с заявлением о фактах размещения в общественно-политической газете «ЛОМ» рекламы с нарушением требований Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», предъявляемых к рекламе медицинских услуг и к рекламе, распространяемой в периодических печатных изданиях, обратился председатель Каменского городского общества потребителей.

К заявлению приложены экземпляры общественной политической газеты «ЛОМ» № 8(11) за сентябрь 2010 года и № 9(12) за ноябрь 2010 года.

На последней полосе газеты «ЛОМ» № 8(11) за сентябрь 2010г. размещены рекламные модули следующего содержания:

- *«Уютный дом», когда порядок в нем... Генеральная уборка. Домашний мастер. Няня на час. Частичный ремонт. Все виды отделочных работ»,*
- *«Студия «Exclusive». Профессиональная съемка свадеб и других торжеств на фото и видео...».*

На последней полосе газеты «ЛОМ» № 9(12) за ноябрь 2010г. размещены следующие рекламные макеты:

- *«Уютный дом», когда порядок в нем... Генеральная уборка. Домашний мастер. Няня на час. Частичный ремонт. Все виды отделочных работ»,*

- «Студия «Exclusive». Профессиональная съемка свадеб и других торжеств на фото и видео...»,
- «ПЕЧИ И КАМИНЫ «ТЕРМОФОР»...»,
- «КОСМЕТОЛОГИЧЕСКИЙ КАБИНЕТ... Прокол ушей и постановка сережек «пистолетом», пирсинг медицинский, атравматическая чистка лица (пилинговая), профилактика угревой сыпи...»,
- «Принимаю подсолнечник на переработку...»,
- «Программа оздоровления организма...».

Заявитель просит принять меры к устранению дпящегося правонарушения и поспособствовать в предотвращении нарушения законодательства учредителем газеты в будущем.

30 декабря 2010 года срок рассмотрения заявления председателя Каменского городского общества потребителей в соответствии с пунктом 2.2.2

Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного Приказом ФАС России от 28.12.2007 № 453, был продлен до 30 января 2011 года, о чем заявитель был извещен надлежащим образом.

В рассматриваемой рекламной информации усматриваются признаки нарушения статьи 16, части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», что, с учётом поступившего заявления, явилось поводом к возбуждению дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

К участию в рассмотрении дела в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечен Ж. - учредитель общественно-политической газеты «ЛОМ», а также Каменское городское общество потребителей - в качестве заявителя, которые на заседание Комиссии не явились, явку своих представителей не обеспечили; о дате, времени и месте рассмотрения дела извещены надлежащим образом.

Ходатайств об отложении рассмотрения дела от указанных лиц в антимонопольный орган не поступало.

Изложенные обстоятельства в силу пункта 30 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006г. № 508, не являются препятствием для рассмотрения дела по существу в данном заседании.

В материалах дела имеются пояснения редактора газеты «ЛОМ» Д. от 13.01.2011г., согласно которым, газета «ЛОМ» (личное и общественное мнение) является некоммерческим печатным изданием, основана на общественно-добровольном сотрудничестве, не преследует коммерческой цели, реклама в газете размещается бесплатно.

Комиссия, изучив материалы дела и исследовав доказательства по делу, дав им надлежащую оценку, пришла к следующим выводам.

В общественно-политической газете «ЛОМ» № 8(11) за сентябрь 2010 года и № 9(12) за ноябрь 2010 года размещены рекламные модули с информацией следующего содержания: «Уютный дом», когда порядок в нем... Генеральная уборка. Домашний мастер. Няня на час. Частичный ремонт. Все виды отделочных работ»; «Студия «Exclusive». Профессиональная съемка свадеб и других торжеств на фото и видео...»; «ПЕЧИ И КАМИНЫ «ТЕРМОФОР»...»; «КОСМЕТОЛОГИЧЕСКИЙ КАБИНЕТ... Прокол ушей и постановка сережек «пистолетом», пирсинг медицинский, атравматическая чистка лица (пилинговая), профилактика угревой сыпи...»; «Принимаю подсолнечник на переработку...»; «Программа оздоровления организма...».

Рассматриваемая информация полностью соответствует легальному определению понятия «реклама», закрепленному в статье 3 Федерального закона «О рекламе», направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к рекламируемым товарам и услугам: печи, камины, уборка помещений, отделочные работы, профессиональная фото- и видеосъемка, медицинские услуги, способствует поддержанию интереса к указанным объектам рекламирования и продвижению их на рынке.

Федеральным законом «О рекламе» установлены особенности распространения рекламы в периодических печатных изданиях.

Согласно статье 16 настоящего Федерального закона, размещение текста рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должно сопровождаться пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы». Объем рекламы в таких изданиях должен составлять не более чем сорок процентов объема одного номера периодических печатных изданий. Требование о соблюдении указанного объема не распространяется на периодические печатные издания, которые зарегистрированы в качестве специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера и на обложке и в выходных данных которых содержится информация о такой специализации.

В соответствии со свидетельством о регистрации СМИ от 25.08.2010г. ПИ № ТУ 22-0174 общественно-политическая газета ЛОМ личное и общественное мнение зарегистрирована как общественно-политическая; реклама не более 40%, территория распространения — Алтайский край, учредитель Ж.

Общественно-политическая газета «ЛОМ» не является периодическим печатным изданием, специализирующемся на сообщениях и материалах рекламного характера, следовательно, размещение текста рекламы в данной газете должно сопровождаться требуемой законодательством Российской Федерации о рекламе пометкой «реклама» либо пометкой «на правах рекламы».

Указанные выше рекламные модули таковой пометки не содержат, что является нарушением статьи 16 Федерального закона «О рекламе».

Настоящим Федеральным законом установлены специальные требования к рекламе отдельных видов товаров (услуг), в частности к рекламе медицинских услуг.

Согласно пункту 4 Положения о лицензировании медицинской деятельности, утвержденного Постановлением Правительства РФ от 22.01.2007 № 30 (в ред. Постановления Правительства РФ от 24.09.2010 № 749), медицинская деятельность предусматривает выполнение работ (услуг) по оказанию доврачебной, амбулаторно-поликлинической, стационарной, высокотехнологичной, скорой и санаторно-курортной медицинской помощи в соответствии с перечнем согласно приложению (далее - работы (услуги)).

В данный Перечень работ (услуг) при осуществлении медицинской деятельности входят, в том числе услуги по косметологии (хирургической).

Приказом Минздравсоцразвития Российской Федерации от 10.04.2001 № 113 (с изменениями от 12.07.2004г.) утверждена Номенклатура работ и услуг в здравоохранении (далее — *Номенклатура*).

Согласно разделу «А» Номенклатуры, код 21 «Лечение с помощью простых физических воздействий на пациента (массаж, иглорефлексотерапия, мануальная терапия» пирсинг (код ПМУ 21.01.010), прокол мочек ушей (код ПМУ 21.01.008) относятся к простым медицинским услугам. Следовательно, при рекламе данных услуг должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации.

Согласно 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. Причем, в рекламе, распространяемой с использованием периодических печатных изданий, такому предупреждению должно быть отведено не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

В рекламе медицинских услуг *«КОСМЕТОЛОГИЧЕСКИЙ КАБИНЕТ... Прокол ушей и постановка сережек «пистолетом», пирсинг медицинский, атравматическая чистка лица (пилинговая), профилактика угревой сыпи...»*, размещенной в газете «ЛОМ» № 9(12) за ноябрь 2010г., отсутствует предупреждение о наличии противопоказаний к применению рекламируемых медицинских услуг, о необходимости получения консультации специалистов.

Вышеизложенные обстоятельства указывают на факт размещения в общественно-политической газете «ЛОМ» ненадлежащей, то есть не соответствующей законодательству Российской Федерации, рекламы.

Ответственность за нарушение требований, установленных статьей 16, частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», несет, согласно статье 38 настоящего Федерального закона, *рекламораспространитель* — лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламораспространителем рассматриваемой рекламной информации является Ж. — учредитель общественно-политической газеты «ЛОМ», который, согласно материалам дела, выступает в качестве редакции, издателя, распространителя и собственника имущества.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу *«Уютный дом», когда порядок в нем... Генеральная уборка. Домашний мастер. Няня на час. Частичный ремонт. Все виды отделочных работ»; «Студия «Exclusive». Профессиональная съемка свадеб и других торжеств на фото и видео...»*, размещенную на последней полосе общественно-политической газеты «ЛОМ» № 8(11) за сентябрь 2010 года и № 9(12) за ноябрь 2010 года, поскольку при её размещении нарушены требования статьи 16 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
2. Признать ненадлежащей рекламу *«ПЕЧИ И КАМИНЫ «ТЕРМОФОР»...»; «КОСМЕТОЛОГИЧЕСКИЙ КАБИНЕТ... Прокол ушей и постановка сережек «пистолетом», пирсинг медицинский, атравматическая чистка лица (пилингвая), профилактика угревой сыпи...»; «Принимаю подсолнечник на переработку...»; «Программа оздоровления организма...»*, размещенную на последней полосе общественно-политической газеты «ЛОМ» № 9(12) за ноябрь 2010 года, поскольку при её размещении нарушены требования статьи 16 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
3. Признать ненадлежащей рекламу *«КОСМЕТОЛОГИЧЕСКИЙ КАБИНЕТ... Прокол ушей и постановка сережек «пистолетом», пирсинг медицинский, атравматическая чистка лица (пилингвая), профилактика угревой сыпи...»*, размещенную на последней полосе общественно-политической газеты «ЛОМ» № 9(12) за ноябрь 2010 года, поскольку при её размещении нарушены требования части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
4. Выдать Ж. предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.