

РЕШЕНИЕ

По делу № 69/39-2011 по факту размещения наружной рекламы с нарушением требований
Федерального закона «О рекламе»

26 октября 2011 года

г. Тула

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тульской области по рассмотрению дел о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе в составе: < --- >, рассмотрев дело № 69/39-2011 по факту размещения наружной рекламы с нарушением требований пункта 20 части 3 статьи 5, части 7 статьи 24 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» в присутствии индивидуального предпринимателя < --- >

УСТАНОВИЛА:

На внешней стене ортопедического салона «Мерцана», расположенного по адресу: г. Тула, ул. Первомайская, дом 18 размещена реклама медицинской техники и изделий медицинского назначения следующего содержания:

«Ортопедические подушки и матрацы, наколенники и голеностопы, массажеры для лечебной физкультуры, костыли, ходунки, трости и другие средства реабилитации

Бандажи и корсеты, бандажа для спорта (футбол, волейбол, баскетбол и др.) антиварикозный трикотаж, ортопедические стельки и приспособления для обуви»

Реклама содержит изображение указанной медицинской техники и изделий медицинского назначения, а именно: корсеты, бандаж, ограничители, ортопедический матрац, инвалидное кресло, костыли, ходули, трости.

Указанная информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке и, в силу статьи 3 Федерального Закона «О рекламе», является рекламой.

В соответствии с Правилами функционирования Системы добровольной сертификации "Медконтроль" (утв. Росздравнадзором 20.01.2005г.), к изделиям медицинского назначения и медицинской техники относятся приборы, аппараты, инструменты, устройства, комплекты, комплексы, системы с программными средствами, оборудование, приспособления, перевязочные и шовные средства, стоматологические материалы, наборы реагентов, контрольные материалы и стандартные образцы, изделия из полимерных, резиновых и иных материалов, которые применяются в медицинских целях по отдельности или в сочетании между собой и предназначены для:

- профилактики, диагностики, лечения заболеваний, реабилитации,

проведения медицинских процедур, исследований медицинского характера, замены или модификации частей тканей, органов и организма человека, восстановления или компенсации нарушенных или утраченных физиологических функций, контроля над зачатием;

- воздействия на организм человека таким образом, что их функциональное назначение не реализуется путем химического, фармакологического, иммунологического или метаболического взаимодействия с организмом человека.

В приложении № 6 к Постановлению Главного государственного санитарного врача РФ от 18.05.2010г. № 58 «Об утверждении СанПиН 2.1.3.2630-10 "Санитарно-эпидемиологические требования к организациям, осуществляющим медицинскую деятельность", установлен перечень изделий медицинской техники и медицинского назначения, используемых в медицинской и фармацевтической деятельности и подлежащих санитарно-эпидемиологической и гигиенической оценке, к ним, в том числе, относятся:

- изделия чулочно-носочные из синтетической пряжи и нитей медицинского назначения;

- изделия медицинские из хлопчатобумажной пряжи, искусственных и синтетических нитей и пряжи, чистошерстяной и полушерстяной пряжи в смеси с другими волокнами и нитями (пряжей) общего назначения - наколенники, налокотники, голеностопы, напульсники, фиксирующие повязки, чехлы для культей, оболочки для протезов;

- изделия протезно-ортопедические;

- протезы (экзопротезы) для верхних и нижних конечностей;

- корсеты, реклинаторы, obturatory и прочие изделия;

- биндажи и изделия к протезно-ортопедической продукции (грыжевые, дородовые, послеродовые, лечебные, лифы);

- оборудование санитарно-гигиеническое, средства перемещения и перевозки, изготовленные с использованием полимерных и синтетических материалов, контактирующих с кожей человека и др.

В соответствии с частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» реклама медицинской техники должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, площадь которого должна составлять не менее 5% общего объема рекламы.

В нарушение указанных требований в рекламе медицинской техники и изделий медицинского назначения (корсеты, биндаж, ограничители, ортопедический матрас, инвалидное кресло, костыли и т.д.) отсутствует установленное Законом.

На рассмотрении дела ИП < --- > пояснила, что не согласна с вменяемым нарушением, поскольку, по ее мнению, размещение данных товаров на фасаде

ортопедического салона не является рекламой, т.к. в информационной конструкции отсутствует марка изделия, наименование производителя, кроме того, данная конструкция располагается в оконном проеме, что также, по мнению < --- > не подпадает под понятие реклама, а является товарным (ассортиментным) перечнем.

Указанная позиция индивидуального предпринимателя не может быть принята во внимание по следующим основаниям:

В соответствии со статьей 2 Федерального закона «О рекламе» под рекламой понимается информация, распространенная любым способом, в любой форме и использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование, поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Объект рекламирования – товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие на привлечение внимания к которым направлена реклама (часть 2 статьи 3 Закона о рекламе).

В Законе «О рекламе» определено понятие «товар» - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (пункт 3 статьи 3).

Статьей 24 вышеуказанного Закона установлены ограничения на рекламу медицинской техники, товаров медицинского назначения, а не конкретные наименования, марки товаров.

В соответствии с пунктом 16 Информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998г. № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

В материалах настоящего дела имеется фотография рекламной конструкции, согласно которой в рекламном изображении инвалидного кресла присутствует эмблема «Tuffcare».

Учитывая изложенное, данная конструкция является рекламой и, следовательно, должна соответствовать рекламному законодательству.

В ходе рассмотрения данного дела, в рекламе, размещенной ИП < --- >, Комиссией выявлено нарушение пункта 20 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе», запрещающей размещение недостоверной рекламы, содержащей не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

В рекламе ортопедического салона «Мерцана» отсутствует информация о продавце товара, тем самым вводятся в заблуждение потребители рекламы и нарушается рекламное законодательство.

Частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» установлено, что ответственность за вышеуказанные нарушения, несет рекламодатель – ИП < --- >

Руководствуясь пунктом 2 части 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 размещенную индивидуальным на наружной стене ортопедического салона «Мерцана» (г. Тула, ул. Первомайская д.18) рекламу, поскольку в ней нарушены требования части 3 статьи 5, части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».
2. Выдать индивидуальному предпринимателю < --- > предписание о прекращении нарушений рекламного законодательства, а именно: демонтировать ненадлежащую рекламу.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Тульского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в течение трех месяцев со дня его принятия.

ПРЕДПИСАНИЕ

26 октября 2011 года

Г.

Тула

Комиссия Тульского УФАС России по рассмотрению дел о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:< --- >, на основании своего решения от 26 октября 2011 года по делу № 69/39-2011 о признании ненадлежащей рекламы индивидуального предпринимателя < --- >, размещенной на фасаде ортопедического салона «Мерцана» (г. Тула, ул. Первомайская д. 18), и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона "О рекламе", пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Индивидуальному предпринимателю < --- > в десятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства РФ о рекламе, а именно демонтировать ненадлежащую рекламу.
2. Индивидуальному предпринимателю < --- > представить в Тульское УФАС России письменное доказательство исполнения пункта 1 настоящего предписания в трехдневный срок со дня его исполнения.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе ФАС России (территориальный орган ФАС России) вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.