

ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

Управление по Кировской области
610019, г.Киров обл., ул. К.Либкнехта, 69, тел. 64-73-31

от "02" июня 2011 г.

г. Киров

РЕШЕНИЕ

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:
Председателя Комиссии – <.....> зам. руководителя управления и членов Комиссии – <.....> вед. специалиста-эксперта отдела финансовых рынков и рекламы, <.....> – специалиста 2 разряда отдела финансовых рынков и рекламы;
в отсутствие представителя АУ «Информационное агентство «Вятинфо», надлежащим образом извещенного о дате, месте и времени рассмотрения дела, о чем имеется отметка в уведомлении о вручении почтового отправления от 16.05.2011г;
протокол вела <.....> – специалист 3 разряда отдела товарных рынков и естественных монополий;
рассмотрев дело № 30 по признакам нарушения АУ «Информационное агентство «Вятинфо» ст. 16, ч. 7 ст. 24 и ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г.,

УСТАНОВИЛА:

При осуществлении государственного контроля за соблюдением печатными средствами массовой информации действующего рекламного законодательства было установлено, что в газете «Вести. Вятка +» от 18.04.2011 № 15 (32) на 4 странице был размещен рекламный модуль следующего содержания: **«Пластиковые окна, лоджии, теплые откосы. Надежные окна. Кредит. г. Киров, ул. <...>, к. 5. тел. 49-2<...>, факс. 35-6<...>»**, т.е. дополнительно рекламировалась финансовая услуга-кредит.

Частью 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» установлено, что реклама финансовых услуг должна содержать наименование лица их оказывающих. В данном модуле наименование лица, предоставляющего кредит, указано не было.

На 6 странице газеты «Вести.Вятка+» от 18.04.2011 г. № 15 (32) размещен рекламный модуль следующего содержания: **«Слуховые аппараты. Более 100 наименований (Швейцария, Дания, Россия), Профессиональная настройка, Незаметные модели. Кабинет слухопротезирования, ул. <...> (ост. «Парк Гагарина»), тел. 37-2<...>, режим работы: с 9.00 до 18.00, в субботу с 10 до 14.00»**.

Реклама медицинской техники и изделий медицинского назначения, в соответствии с требованиями ст. 24 Федерального закона «О рекламе», должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. В вышеуказанном модуле такое предупреждение отсутствовало.

Кроме того, газета «Вести. Вятка +» (Свидетельство о регистрации СМИ от 16.12.2009 № ПИ № ТУ 43-194) является рекламно-информационным изданием. Объем рекламы в ней составляет более 40 %. Однако, в нарушение требований ст. 16 Федерального закона «О рекламе», в газете «Вести. Вятка +» от 18.04.2011 № 15 (32) информация о специализации отсутствует на обложке издания.

Учитывая то, что за нарушение требований ст. 16, ч. 7 ст. 24 и ч. 1 ст. 28 в соответствии с ч. 7 ст. 38 ФЗ «О рекламе» ответственность несет рекламодатель – АУ «Информационное агентство «Вятинфо», в отношении данного хозяйствующего субъекта было возбуждено производство по делу.

На заседании Комиссии АУ «Информационное агентство «Вятинфо», надлежащим образом извещенное о дате, месте и времени рассмотрения дела (почтовое уведомление от 16.05.2011г.), своего представителя не направило, ходатайств не заявляло.

До заседания Комиссии от АУ «ИА «Вятинфо» поступило письменное объяснение, в котором автономное учреждение поясняет следующее: «В газете «Вести.Вятка+» допущены нарушения ст. 16, ч. 7 ст. 24, ч. 1 ст. 28 по вине коммерческого директора «АУ «Информационное агентство «Вятинфо» <...> Впредь обязуемся не допускать нарушений в сфере рекламного законодательства».

Изучив имеющиеся документы и заслушав доводы ответчика, Комиссия установила, что АУ «Информационное агентство «Вятинфо» нарушена ст. 16, ч. 7 ст. 24, ч. 1 ст. 28 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 «Вести. Вятка +» от 18.04.2011 № 15 (32), а именно: Четвертая страница: «Пластиковые окна, лоджии, теплые откосы. Надежные окна. Кредит. г. Киров, ул. <...>. тел. 49-29-80, факс. 35-6<...>»; Шестая страница: «Слуховые аппараты. Более 100 наименований (Швейцария, Дания, Россия), Профессиональная настройка, Незаметные модели. Кабинет слухопротезирования, ул. Ленина, 89/1 (ост. «Парк Гагарина»), тел. 37-20-90, режим работы: с 9.00 до 18.00, в субботу с 10 до 14.00», соответствует требованиям ст. 3 Федерального закона «О рекламе» и является рекламой.

В соответствии с ч. 1 ст. 5 Закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускаются.

Ненадлежащей признается реклама, не соответствующая требованиям законодательства РФ.

В соответствии со ст. 4 Федерального закона «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ банковские услуги отнесены к финансовым услугам, оказываемым финансовыми организациями. Кредитование является банковской услугой, осуществление которой возможно лишь на основании соответствующей лицензии. Частью 1 ст. 28 Федерального закона «О

рекламе» установлено, что реклама финансовых услуг должна содержать наименование лица их оказывающих.

В рекламном модуле «Пластиковые окна...» помимо товаров (окна, лоджии, откосы) дополнительно рекламируется финансовая услуга-кредит, без указания наименования лица ее предоставляющего.

Поэтому рекламный модуль «Пластиковые окна...» размещен с нарушением требований ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

Согласно пункту 9444 Постановления Правительства РФ от 01.12.2009 № 982 «Об утверждении единого перечня продукции, подлежащей обязательной сертификации, и единого перечня продукции, подтверждение соответствия которой осуществляется в форме принятия декларации соответствия» слуховые аппараты относятся к приборам и аппаратам для лечения, устройствам для замещения функций органов.

Понятие изделий медицинского назначения и медицинской техники, содержится в «Правилах функционирования Системы добровольной сертификации "Медконтроль" (утв. Росздравнадзором 20.01.2005), в соответствии с которыми это 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 которые 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;

Системный анализ вышеперечисленных норм позволяет сделать вывод, что слуховые аппараты относятся к медицинской технике.

Тот факт, что слуховые аппараты относятся к медицинской технике подтверждается и представленными ответчиком регистрационными удостоверениями: ФС № 2006/1600, ФСЗ 2010/08709, ФСЗ 2009/04215, выданными Федеральной службой по надзору в сфере здравоохранения и социального развития.

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. 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).**

В рекламном модуле «Слуховые аппараты...» такое предупреждение отсутствует, поэтому он размещен с нарушением требований ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со статьей 16 Федерального закона «О рекламе» размещение 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.**

Газета «Вести. Вятка +» (Свидетельство о регистрации СМИ от 16.12.2009 № ПИ № ТУ 43-194) является изданием, специализирующемся на сообщениях и материалах рекламного характера, объем рекламы в ней составляет более 40 %. В связи с тем, что информация об указанной специализации отсутствовала на обложке газеты «Вести.Вятка+» (№ 15 (32) от 18.04.2011), размещенная в ней реклама, в соответствии с требованиями ст. 16 ФЗ «О рекламе», должна была сопровождаться пометкой «реклама» или «на правах рекламы».

Такая пометка в рекламном модуле «Вятка Банк» на 3 странице газеты «Вести.Вятка+» отсутствовала.

Согласно ч. 7 ст. 38 ФЗ «О рекламе» за нарушение требований ст. 16, ответственность несет рекламораспространитель, а за нарушение ч. 7 ст. 24 и ч. 1 ст. 28 Закона как рекламораспространитель, так и рекламодаделец. Рекламораспространителем спорных рекламных модулей является АУ «Информационное агентство «Вятинфо» - учредитель и издатель газеты «Вести. Вятка +», а рекламодателем ИП <...> и <...>. Нарушение ч. 7 ст. 24 и ч. 1 ст. 28 Закона произошло по вине всех вышеуказанных лиц, а нарушение ст. 16 по вине АУ «Информационное агентство «Вятинфо». В отношении рекламодателей возбуждены отдельные производства.

Учитывая то, что на момент рассмотрения дела отсутствовало документальное подтверждение того, что нарушение устранено, Комиссия решила выдать АУ «Информационное агентство «Вятинфо» предписание об устранении нарушения рекламного законодательства.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем 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 АУ «Информационное агентство «Вятинфо» является руководитель – <.....>, который согласно Уставу руководит его текущей деятельностью и несет ответственность за соблюдение действующего законодательства. Именно он <.....> заключал с рекламодателями договоры на размещение рекламы.

Комиссия считает необходимым привлечь руководителя АУ «Информационное агентство «Вятинфо» <.....>. к административной ответственности.

Руководствуясь ст. 3, ст. 16, ст. 24, ст. 28, 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 «Вести. Вятка +» от 18.04.2011 № 15 (32), а именно:

- «Пластиковые окна, лоджии, теплые откосы. Надежные окна. Кредит. г. Киров, ул. <...> тел. 49-29-80, факс. 35-6<...>»,

так как она противоречит требованиям ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе»;

- «Слуховые аппараты. Более 100 наименований (Швейцария, Дания, Россия), Профессиональная настройка, Незаметные модели. Кабинет слухопротезирования, ул. <...> (ост. «Парк Гагарина»), тел. 37-2<...>, режим работы: с 9.00 до 18.00, в субботу с 10 до 14.00», так как она противоречит требованиям ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».

2. Признать АУ «Информационное агентство «Вятинфо», нарушившим ст. 16, ч. 7 ст. 24 и ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» при издании и распространении газеты «Вести. Вятка +».

3. АУ «Информационное агентство «Вятинфо» выдать предписание об устранении нарушения рекламного законодательства.

4. Передать материалы дела ведущему специалисту - эксперту Кировского УФАС России <...> для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 КоАП РФ, в отношении руководителя АУ «Информационное агентство «Вятинфо» <.....>.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в трехмесячный срок.

Решение изготовлено в окончательной форме 15.06.2011 года.

от "02" июня 2011 г.

№ 8

П Р Е Д П И С А Н И Е
о прекращении нарушения
законодательства Российской Федерации о рекламе

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: Председателя Комиссии – Н<.....>и членов Комиссии –<.....>, <.....>.Н. на основании своего решения от 02 июня 2011 г. (изготовлено в полном объеме 15.06.2011г.) по делу № 30 по нарушению АУ «Информационное агентство «Вятинфо» (**Юридический и фактический адрес:** 610000, г. Киров, Динамовский пр-д, 4) ст. 16, ч. 7 ст. 24, ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г.,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

АУ «Информационное агентство «Вятинфо» в десятидневный срок с момента получения предписания прекратить нарушение ст. 16, ч.7 ст. 24, ч. 1 ст. 28 Федерального закона РФ «О рекламе», а именно:

· Предоставить информацию о специализации СМИ на обложке газеты «Вести.Вятка+», так как при ее отсутствии каждый рекламный модуль должен сопровождаться пометкой «реклама» или «на правах рекламы».

· Не допускать размещение рекламы: медицинской техники слуховых аппаратов без соответствующего предупреждения; финансовых услуг без наименования лица их оказывающего.

Информацию об исполнении представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области **в срок до 11 июля 2011 года.**

В случае неисполнения предписания в соответствии с п. 2.4 ст. 19.5 Кодекса РФ об административных правонарушениях предусмотрена административная ответственность в виде штрафа: на должностных лиц 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 течение трех месяцев.

Председатель Комиссии

<.....>

Члены Комиссии

<.....>

<...>