

РЕШЕНИЕ

«23» июня 2010 г. г. Брянск

Комиссия Брянского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: председатель Комиссии:

<...>

члены Комиссии:

<...>

рассмотрев дело № 93 в отношении ИП .. <...> по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, выразившееся в размещении рекламы медицинских услуг без пометки о необходимости получения консультации специалистов, в присутствии лица (уведомленного надлежащим образом), в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ИП ... и ее представителя ...

УСТАНОВИЛА:

В июне 2010 года в витрине косметического салона «РиоЛайт», расположенного по адресу: <...>, размещена реклама следующего содержания:

«Пилинг, аппаратная чистка, наращивание ресниц, эпиляция, бикини-дизайн, антицеллюлитное обертывание, массаж, прокол ушей».

Согласно ч. 7 ст. 24 ФЗ № 38-ФЗ от 13 марта 2006 года «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 соответствии со ст. 3 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ реклама – это информация, распространенная 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; объект рекламирования - товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие.

Согласно статье 33 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ "О рекламе" антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный контроль за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе: предупреждает, выявляет и пресекает нарушения физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе. Ненадлежащей признается реклама, в которой допущены нарушения требований к ее содержанию, времени, месту и способу распространения, установленных законодательством Российской Федерации в силу ст. 2 Федерального закона «О рекламе».

Согласно Отраслевому классификатору «Простые медицинские услуги» ОК ПМУ 91500.09.0001-2001, утвержденного Приказом Министерства здравоохранения РФ от 10.04.2001 № 113, простая медицинская услуга - антицеллюлитное обертывание отнесена к разделу 20 «Лечение климатическими воздействиями», массаж относится к разделу 21 «Лечение с помощью простых физических воздействий на пациента», пилинг - к разделу 16 «Оперативное лечение».

Прокол мочек ушных раковин относится к разделу «Услуги, предоставляемые косметологическими поликлиниками, лечебницами и кабинетами. Процедуры врачебные» Общероссийского классификатора видов экономической деятельности, продукции и услуг ОК 004-93, утвержденного Постановлением Госстандарта России от 06.08.1993г. № 17.

Таким образом, в рассматриваемой рекламной информации указаны медицинские услуги, а именно пилинг, массаж, антицеллюлитное обертывание, прокол мочек ушных раковин без предупреждения о необходимости получения консультации специалистов, тем самым, нарушая требования ч. 7 ст. 24 указанного закона.

В соответствии со ст. 3 указанного закона рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное лицо, определившее объект рекламирования.

Рекламодателем данной рекламы по материалам дела является ИП ... <...>.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 указанного закона ответственность за данное нарушение несет рекламодатель.

По состоянию на 23 июня 2010г. данная реклама приведена в соответствие с законодательством РФ о рекламе. На рассмотрении дела ИП Калина Л.В. пояснила, что данное нарушение совершено в виду незнания законодательства о рекламе. Руководствуясь п. 1 части 2 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 в витрине косметического салона «РиоЛайт», расположенного по адресу: <...>, поскольку она не соответствует требованиям ч. 7 ст. 24 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдавать.

3. Возбудить дело об административном правонарушении, предусмотренное ст. 14.3. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ИП... (адрес осуществления деятельности: ...

Решение изготовлено в полном объеме "23" июня 2010 г.

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

Председатель Комиссии: <...>

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о наложении штрафа по делу № 93-А
об административном правонарушении

«05» июля 2010 г. г. Брянск

Руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Брянской области <...>, рассмотрев протокол об административном правонарушении, составленный в отношении ИП... <...>

УСТАНОВИЛ:

В июне 2010 года в витрине косметического салона «РиоЛайт», расположенного по адресу: г. Брянск, ул. Ромашина, д. 27, размещена реклама следующего содержания:

«Пилинг, аппаратная чистка, наращивание ресниц, эпиляция, бикини-дизайн, антицеллюлитное обертывание, массаж, прокол ушей».

Согласно ч. 7 ст. 24 ФЗ № 38-ФЗ от 13 марта 2006 года «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 соответствии со ст. 3 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ реклама – это информация, распространенная 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; объект рекламирования - товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие.

Согласно статье 33 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ "О рекламе" антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный контроль за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе: предупреждает, выявляет и пресекает нарушения физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе. Ненадлежащей признается реклама, в которой допущены нарушения требований к ее содержанию, времени, месту и способу распространения, установленных законодательством Российской Федерации в силу ст. 2 Федерального закона «О рекламе».

Согласно Отраслевому классификатору «Простые медицинские услуги» ОК ПМУ 91500.09.0001-2001, утвержденного Приказом Министерства здравоохранения РФ от 10.04.2001 № 113, простая медицинская услуга - антицеллюлитное обертывание отнесена к разделу 20 «Лечение климатическими воздействиями», массаж относится к разделу 21 «Лечение с помощью простых физических воздействий на пациента», пилинг - к разделу 16 «Оперативное лечение».

Прокол мочек ушных раковин относится к разделу «Услуги, предоставляемые косметологическими поликлиниками, лечебницами и кабинетами. Процедуры врачебные» Общероссийского классификатора видов экономической деятельности, продукции и услуг ОК 004-93, утвержденного Постановлением Госстандарта России от 06.08.1993г. № 17.

Таким образом, в рассматриваемой рекламной информации указаны медицинские услуги, а именно пилинг, массаж, антицеллюлитное обертывание, прокол мочек ушных раковин без предупреждения о необходимости получения консультации специалистов, тем самым, нарушая требования ч. 7 ст. 24 указанного закона.

В соответствии со ст. 3 указанного закона рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное лицо, определившее объект рекламирования.

Рекламодателем данной рекламы по материалам дела является ИП ... В соответствии с ч. 6 ст. 38 указанного закона ответственность за данное нарушение несет рекламодатель.

Реклама, в которой допущены нарушения требований к ее содержанию, времени, месту и способу распространения, установленных законодательством Российской Федерации в силу ст. 2 Федерального закона «О рекламе», является ненадлежащей.

Комиссией по рассмотрению дел о нарушении законодательства о рекламе от «23» июня 2010г. данная реклама признана ненадлежащей. Таким образом, установлено событие административного правонарушения, субъектом административного правонарушения является ИП Калина Лариса Владимировна <...>. ИП К... заявила ходатайство от 05.07.2010г. о вынесении постановления об административном правонарушении в день подписания протокола об административном правонарушении.

Статьей 14.3. Кодекса об административных правонарушениях предусмотрена ответственность за нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе (ненадлежащая реклама), которая 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.

Руководствуясь ст. 38 Федерального закона «О рекламе», ст. ст. 14.3., 29.9., 29.10. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Применить к ИП ...е <...> меру ответственности в виде административного штрафа в размере 5 000 (Пять тысяч) рублей за размещение ненадлежащей рекламы в витрине косметического салона «РиоЛайт», расположенного по адресу: г. Брянск, ул. Ромашина, д. 27, поскольку она не соответствует требованиям ч. 7 ст. 24 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе».

2. Сумму штрафа надлежит заплатить в соответствующие бюджеты в следующем соотношении:

40 процентов – в федеральный бюджет

60 процентов – в бюджет субъекта Российской Федерации,

Согласно пункту 1 статьи 32.2. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее тридцати дней со дня вступления постановления в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Реквизиты счетов для зачисления административных штрафов:

№ счета получателя: 40101810300000010008

ИНН получателя платежа: 3234034811

Наименование банка получателя платежа: ГРКЦ Банка России по Брянской области

БИК: 041501001

ОКАТО: 15401000000

КБК: 161 11626000010000140

КПП: 325001001

Наименование получателя: УФК по Брянской области (УФАС России по Брянской области)

Сумма платежа: 100%

Назначение платежа: административный штраф по постановлению Брянского УФАС России о наложении штрафа об административном правонарушении от 05.07.2010г. (40% в федеральный бюджет, 60%- в бюджет субъекта Российской Федерации)

В трехдневный срок со дня уплаты штрафа ИП ... надлежит представить в Брянское УФАС России надлежащим образом заверенные копии платежных документов.

В соответствии с пунктом 1 статьи 30.3. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления в арбитражный суд Брянской области.

В соответствии со ст. 31.1. КоАП РФ постановление вступает в законную силу по истечении десятидневного срока с момента получения постановления о наложении штрафа.

Руководитель
Брянского УФАС России <...>