

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Курганской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, рассмотрев дело № 165 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту размещения рекламы оружия, медицинских и финансовых услуг индивидуальным предпринимателем Тельпизом С.И., опубликованной в журнале «СHER AMI mini», № 1 (7) за февраль 2012 года, с признаками нарушения статей 24, 26, 28 Федерального закона «О рекламе», в присутствии представителя: лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе: индивидуальный предприниматель Тельпиз С.И. – Скоков А.А. (доверенность от 30.10.2012),

УСТАНОВИЛА:

В порядке осуществления надзора за законодательством Российской Федерации о рекламе проведена проверка рекламных объявлений, опубликованных в журнале «СHER AMI mini», № 1 (7) за февраль 2012 года, распространяемый на территории Курганской области.

Издатель и учредитель журнала «СHER AMI mini» индивидуальный предприниматель Тельпиз С.И. Соответственно рекламодатель рассматриваемой рекламы - индивидуальный предприниматель Тельпиз С.И.

В данном номере журнала «СHER AMI mini» на странице 21 размещена реклама с текстом: «Федеральная сеть мебельных салонов LORENA кухни ... бесплатный дизайн-проект бесплатная доставка бесплатная установка кредит без переплаты* безналичный расчет скидки и подарки * * подробности у продавцов-консультантов и на сайте www.lorena-kuhni.ru ул.Пролетарская, 61, тел. 23-15-72 ...».

В этой рекламе отсутствует информация о наименовании лица, оказывающего финансовые услуги (предоставление кредитов).

В данной рекламе «Федеральная сеть мебельных ...», опубликованной в журнале «СHER AMI mini», содержится предложение, обращенное к потенциальным покупателям товара, о предоставлении кредита, то есть она направлена на привлечение внимания лиц, заинтересованных в услугах по предоставлению кредита при оплате за приобретение товара. При этом данная рекламная информация не содержит сведений о том, какая именно организация предоставляет кредит. Указание правильных реквизитов организации, предоставляющей услуги по кредиту,

является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей.

Также в указанном номере журнала «СHER AMI mini» на странице 33 размещена реклама с текстом: «ультразвуковая диагностика лабораторная диагностика массаж консультации врачей гирудотерапия выдача больничных листов по показаниям справки в бассейн, детский сад и школу, на оружие, в ГАИ процедурный кабинет медикаментозное прерывание беременности под контролем УЗИ медосмотры ДИАМЕД+ Медицинская клиника г. Курган, 2 мкр-н, 9 (ост. «3 мкр-н»), тел.: 56-33-02, 64-11-64, 8-912-577-13-77».

В данной рекламе отсутствует предупреждение о наличии противопоказаний к применению и использованию медицинских услуг, в том числе методов лечения или получения консультации специалистов, а также отсутствует предупреждение о возможности бесплодия для женщин в результате искусственного прерывания беременности.

Реклама медицинской клиники «ДИАМЕД» формирует интерес к медицинским услугам и направлена на формирование у потребителей желания ими воспользоваться. Поэтому существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированная у потребителя такой рекламой. Отсутствие в рекламе существенной части информации о противопоказаниях и необходимости получения консультации специалистов, о возможности бесплодия для женщин в результате искусственного прерывания беременности приводит к искажению рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемым видом услуг.

Согласно письменного пояснения индивидуального предпринимателя Тельписа С.И. от 31.10.2012 года в процессе подготовки к печати рекламы медицинской клиники «ДИАМЕД» в типографии произошел сбой и необходимое предупреждение не было напечатано. То есть индивидуальный предприниматель Тельпис С.И. при размещении данной рекламы выступал как рекламопроизводитель и по его вине предупреждение отсутствует.

Далее в данном номере журнала «СHER AMI mini» на страницах 93-95 размещена реклама с текстом: « ... Охотничий арсенал ... стрелкам и рыболовам поможет магазин «Охотник», даже если вы любитель не охотничьего, а коллекционного и подарочного оружия ... «Browning» -

имя нарицательное даже для людей, не знакомых с миром оружия, за этим словом стоит эталон, во многом определивший развитие автоматике в XX веке, а гладкоствольное ружье «Browning Fusion» - актуальная модернизация классического «Browning Gold». Новый формат предполагает измененную форму приклада и цевья, более мягкие линии ствольной коробки, что обеспечивает большее удобство в использовании. Как и продукция, например, компании «Benelli Army», охотничьи ружья «Browning» дополнительно дорабатываются вручную в индивидуальном порядке. Славящееся своей эргономичностью и стильным дизайном, это оружие обязательно должно быть в арсенале каждого предприимчивого охотника. Мужская территория (оружие) ... «Охотник» - единственное место в Кургане, где в 2011 году в наличии имелись охотничьи лыжи, более того, магазин пристально следит за обновлением ассортимента своего снаряжения и специализированной маскировочной или непродуваемой одежды ... Большой выбор тематической литературы, рыбацкой и охотничьей утвари, надувных лодок и моторов к ним, палаток, патронов, карабинов и другого необходимого снаряжения позволит как новичку, так и профессионалу чувствовать себя уверенно наедине с дикой природой. (Оружие) мужская территория ХИТ ПРОДАЖ снайперская винтовка выпуска 1943 года. Так называемая «трехлинейка» была принята на вооружение еще Российской Императорской армией и активно использовалась до конца Великой Отечественной войны, переживая неоднократные модификации. Подлинный знаток не оставит без должной оценки масштабы исторического пласта, испытанного этим оружием революционных войск и советской армии. В настоящий момент в продаже доступен гражданский вариант винтовки, а снайперские экземпляры являются редкостью и представляют интерес для коллекционеров. Всего было выпущено 108345 снайперских винтовок Оружие Победы Отличительные характеристики: улучшенное качество обработки канала ствола, наличие оптического прицела ПЕ, ПБ или ПУ, отогнутая вниз рукоять затвора. ул. Станционная, 64, тел. 23-36-45, 23-16-25 Охотник». Также в рекламном блоке имеется 4 фотографии охотничьего оружия.

В этой рекламе присутствует информация об охотничьем нарезном и гладкоствольном оружии отечественных и мировых производителей.

Торговля оружием и основными частями огнестрельного оружия, торговля патронами к оружию в магазине «Охотник», расположенном по адресу: г. Курган, ул. Станционная, д. 64, осуществляется по лицензиям от 03.11.2010 № 000299, № 000300, выданным УВД по Курганской области.

Согласно свидетельства о регистрации средства массовой информации от 12.02.2010 года, ПИ № ТУ45-00060, журнал «СHER AMI mini» зарегистрирован как информационно-развлекательный, реклама не более 40 %, т. е. журнал «СHER AMI mini» не является периодическим печатным изданием, специализирующимся на сообщениях и материалах рекламного характера. Кроме того журнал «СHER AMI mini» не является специализированным печатным изданием для пользователей гражданского оружия.

Соответственно при размещении вышеуказанной рекламы в журнале «СHER AMI mini», № 1 (7) за февраль 2012 года, есть признаки нарушения частей 7 и 12 ст. 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 (рекламной пространства). Реклама медицинских услуг по искусственному прерыванию беременности должна сопровождаться предупреждением о возможности бесплодия и иных вредных последствий для здоровья женщины в результате искусственного прерывания беременности, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства)», ч. 5 ст. 26 Федерального закона «О рекламе» - «Реклама гражданского оружия, в том числе оружия самообороны, спортивного, охотничьего и сигнального оружия, допускается только: в периодических печатных изданиях, на обложках и в выходных данных которых содержится информация о специализации указанных изданий на сообщениях и материалах рекламного характера, а также в специализированных печатных изданиях для пользователей гражданского оружия», ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» - «Реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица – наименование, для индивидуального предпринимателя – фамилию, имя, отчество)».

Представитель индивидуального предпринимателя Тельпиза С.И.

пояснил, что договоров по рассматриваемой рекламе с рекламодателями у них не заключалось, оплата за размещение рекламы была, но сейчас документы предоставить не может. Журнал «СHER AMI mini» в апреле 2012 года перерегистрирован как рекламный, реклама более 40 %, до этого был зарегистрирован как информационно-развлекательный. За рекламу мебельной фабрики «Лорена» и магазина «Охотник» нас уже наказывали и мы исправились. При подготовки к печати рекламы медицинской клиники «ДИАМЕД» в типографии произошел сбой, слетела плашка с текстом о возможных противопоказаниях и необходимое предупреждение не было напечатано. Признаем свою вину в нарушениях рекламного законодательства.

Данная реклама является ненадлежащей в соответствии с п. 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» - «Ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации».

В соответствии с ч. 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» - «Рекламораспространитель несет ответственность за нарушение требований, установленных частями 7, 8 и 11 статьи 24, частями 1-5 статьи 26, частями 1, 4, 7, 8 и 11 статьи 28 настоящего Федерального закона».

В соответствии с ч. 8 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» - «Рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в частях 6 и 7, если нарушение произошло по его вине».

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:

- «ультразвуковая диагностика лабораторная диагностика массаж консультации врачей гирудотерапия выдача больничных листов по показаниям справки в бассейн, детский сад и школу, на оружие, в ГАИ процедурный кабинет медикаментозное прерывание беременности под контролем УЗИ медосмотры ДИАМЕД+ Медицинская клиника г. Курган, 2 мкр-н, 9 (ост. «3 мкр-н»), тел.: 56-33-02, 64-11-64, 8-912-577-13-77», опубликованную в журнале «СHER AMI

mini», № 1 (7) за февраль 2012 года, поскольку в ней нарушены требования частей 7 и 12 ст. 24 Федерального закона «О рекламе»;

- « ... Охотничий арсенал ... стрелкам и рыболовам поможет магазин «Охотник», даже если вы любитель не охотничьего, а коллекционного и подарочного оружия ... «Browning» - имя нарицательное даже для людей, не знакомых с миром оружия, за этим словом стоит эталон, во многом определивший развитие автоматике в XX веке, а гладкоствольное ружье «Browning Fusion» - актуальная модернизация классического «Browning Gold». Новый формат предполагает измененную форму приклада и цевья, более мягкие линии ствольной коробки, что обеспечивает большее удобство в использовании. Как и продукция, например, компании «Benelli Army», охотничьи ружья «Browning» дополнительно дорабатываются вручную в индивидуальном порядке. Славящееся своей эргономичностью и стильным дизайном, это оружие обязательно должно быть в арсенале каждого предприимчивого охотника. Мужская территория (оружие) ... «Охотник» - единственное место в Кургане, где в 2011 году в наличии имелись охотничьи лыжи, более того, магазин пристально следит за обновлением ассортимента своего снаряжения и специализированной маскировочной или непродуваемой одежды ... Большой выбор тематической литературы, рыбацкой и охотничьей утвари, надувных лодок и моторов к ним, палаток, патронов, карабинов и другого необходимого снаряжения позволит как новичку, так и профессионалу чувствовать себя уверенно наедине с дикой природой. (Оружие) мужская территория ХИТ ПРОДАЖ снайперская винтовка выпуска 1943 года. Так называемая «трехлинейка» была принята на вооружение еще Российской Императорской армией и активно использовалась до конца Великой Отечественной войны, переживая неоднократные модификации. Подлинный знаток не оставит без должной оценки масштабы исторического пласта, испытанного этим оружием революционных войск и советской армии. В настоящий момент в продаже доступен гражданский вариант винтовки, а снайперские экземпляры являются редкостью и представляют интерес для коллекционеров. Всего было выпущено 108345 снайперских винтовок Оружие Победы Отличительные характеристики: улучшенное качество обработки канала ствола, наличие оптического прицела ПЕ, ПБ или ПУ, отогнутая вниз рукоять затвора. ул. Станционная, 64, тел. 23-36-45, 23-16-25 Охотник», опубликованную в журнале «СHER AMI mini», № 1 (7) за февраль 2012 года, поскольку в ней нарушены требования ч. 5 ст. 26 Федерального закона «О рекламе»;

- «Федеральная сеть мебельных салонов LORENA кухни ...

бесплатный дизайн-проект бесплатная доставка бесплатная установка кредит без переплаты* безналичный расчет скидки и подарки * * подробности у продавцов-консультантов и на сайте www.lorena-kuhni.ru ул. Пролетарская, 61, тел. 23-15-72 ...», опубликованную в журнале «СHER AMI mini», № 1 (7) за февраль 2012 года, поскольку в ней нарушены требования ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать индивидуальному предпринимателю Тельпизу С.И. предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Курганского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 8 ноября 2012 года, резолютивная часть решения объявлена 1 ноября 2012 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

ПРЕДПИСЫВАЕТ :

1. Индивидуальному предпринимателю Тельпизу С.И. (г. Курган, ул. Красина, д. 53, оф. 6) в 15-ти дневный срок со дня получения настоящего предписания устранить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: не размещать данную рекламу или внести в неё необходимые коррективы.

2. Индивидуальному предпринимателю Тельпизу С.И. (г. Курган, ул. Красина, д. 53, оф. 6) представить в Курганское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 1 декабря 2012 года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе Курганское УФАС России вправе в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от 12000 до 20000 рублей, на юридических лиц – от 300000 до 500000 рублей.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в

порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.