

РЕШЕНИЕ

по делу № 06-10.1/18-2012

г. Омск

27 марта 2012 г.

Комиссия Омского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель Комиссии – Шаров В.А., заместитель руководителя Омского УФАС России,

члены Комиссии:

Морозов А.А. – начальник отдела рекламы;

Цынгалова Е.А. – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы;

Невойт Е.А. – специалист-эксперт отдела рекламы,

рассмотрев дело № 06-10.1/18-2012 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения индивидуальным предпринимателем <.....> на внешних и внутренних стенах торгового комплекса «Мускат» рекламы, содержащей признаки нарушения части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – индивидуального предпринимателя <.....>,

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства РФ о рекламе Управлением Федеральной антимонопольной службы по Омской области 21.12.2011 выявлен факт распространения на фасаде торгового комплекса «Мускат» (г. Омск, ул. Фугенфирова, 9 а) рекламы следующего содержания: «Центр управления здоровьем» приглашает в группы здоровья и долголетия (для молодых и пенсионеров) Тестирование (диагностика) бесплатно; Оздоровительная гимнастика; Самомассаж, массаж...». Аналогичная реклама распространяется на внешней стене кабинета № 7 (арендованного помещения) на втором этаже вышеуказанного комплекса.

В данной рекламе указана услуга, относящаяся к медицинской услуге (массаж), требующей соблюдения части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», согласно которой 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, при этом предупреждению должно быть отведено не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

В соответствии с Номенклатурой работ и услуг в здравоохранении, утвержденной Министерством здравоохранения и социального развития РФ 12 июля 2004 г., массаж – вид лечения с помощью простых физических воздействий на пациента (раздел А, коды 21.01.001-21.01.009 Номенклатуры) относятся у простым медицинским услугам.

На запрос Омского УФАС России, собственником здания - ООО «Трилит» представлена информация, согласно которой что арендатором занимаемого помещения является индивидуальный предприниматель <.....> (договор от 01.02.2012 № 2-4-7/11).

Таким образом, в рекламе услуг «Центра управления здоровьем», распространенной индивидуальным предпринимателем <.....> на внешних и внутренних стенах торгового комплекса «Мускат», содержатся признаки нарушения требований части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

В ходе рассмотрения дела Комиссией Омского УФАС России приняты во внимание пояснения предпринимателя <.....> (вх. № 3027 от 27.03.2012), в которых он указывает, что в кабинете, в котором он осуществляет свою деятельность рекламируемая услуга по массажу не оказывается, фактически осуществляется информационно-просветительская деятельность о пользе массажа.

Учитывая, что медицинская услуга (массаж) ИП <.....> не оказывается, предприниматель оказывает информационные услуги о пользе массажа, Омское УФАС России приходит к выводу, что изложенная в рекламе информация вводит в заблуждение потребителей рекламы относительно возможности получения услуги по массажу в указанном в рекламе месте.

Учитывая изложенное, Комиссией принято решение о переквалификации нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе с части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» на часть 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводится в заблуждение потребители рекламы.

По определению (пункт 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В силу части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодаделец.

В силу пункта 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» индивидуальный предприниматель <.....> является рекламодателем, т.е. изготовителем или продавцом товара либо иным определившим объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицом, следовательно несет ответственность за распространение ненадлежащей рекламы.

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 рекламу ИП <.....>, распространенную на внешних и внутренних стенах торгового комплекса «Мускат», ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать предпринимателю <.....> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. В связи с отсутствием в распространенной рекламе существенной угрозы охраняемым общественным отношениям, Омское УФАС России приняло решение не передавать материалы дела для возбуждения дела об административном правонарушении в отношении предпринимателя <.....> по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.