

РЕШЕНИЕ по делу № 31

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 – <...> – начальника отдела финансовых рынков и рекламы, <...> - вед. специалиста-эксперта отдела финансовых рынков и рекламы,

в присутствии:

<...> – заявителя,

<...> – директора ООО «Технология успеха», главного редактора журнала «В РИТМЕ ГОРОДА Киров»,

<...> – представителя ООО «Технология успеха» по доверенности от 29.03.2012,

протокол вела <...> – специалист 2 разряда отдела финансовых рынков и рекламы;

рассмотрев дело № 31, возбужденное по заявлению <...>, по признакам нарушения ООО «Технология успеха» ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г.,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области обратился <...> с заявлением о нарушении ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе» при размещении в журнале «В ритме города Киров» рекламы центра стоматологии и имплантологии «Блик».

По мнению заявителя, нарушение заключается в следующем:

В журнале «В ритме города Киров» № 2 (7) от марта 2012 г. на стр. 34-35 в рубрике: на приеме у стоматолога размещена статья <.....> – врача-стоматолога центра стоматологии и имплантологии «Блик» о безметалловой керамике. В статье содержится следующая рекламная информация: «Центр стоматологии и имплантологии «Блик», г. Киров, ул. Московская, 24, 2 этаж, тел.: +7 (8332) 35-70-30... Безметалловые керамические конструкции – новейшее достижение в современной стоматологической практике. С помощью безметалловой керамики можно изготавливать коронки, вкладки, виниры, ламинаты, обеспечивая превосходную эстетику...Вы можете быть уверены, что в работе стоматологического центра

«Блик» используются только высококачественные материалы и современные технологии. Именно здесь вам предложат керамические коронки, виниры, ламинаты и вкладки из высокоэстетичной и прочной прессованной керамики фирмы Ivoclar Vivadent (Германия)...

В рассматриваемой статье в качестве объекта рекламирования выступали услуги в области стоматологии (медицинские услуги), оказываемые центром стоматологии и имплантологии «Блик».

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.

Размещение рекламы медицинских услуг без предупреждения о наличии противопоказаний к их применению и использованию содержит признаки нарушения ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе», ответственность за которое несет рекламораспространитель.

Рекламораспространителем в данном случае выступало ООО «Технология успеха», поэтому в отношении данного хозяйствующего субъекта было возбуждено производство по делу.

На заседании Комиссии заявитель поддержал доводы, изложенные в заявлении.

Представители ООО «Технология успеха» нарушение законодательства о рекламе признали и пояснили, что оно было допущено неумышленно по невнимательности со стороны главного редактора, который и должен нести всю ответственность.

Изучив имеющиеся документы, заслушав доводы сторон, Комиссия установила, что ООО «Технология успеха» нарушена ч. 7 ст. 24 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 журнале «В ритме города Киров» № 2 (7) от марта 2012 г. на стр. 34-35 в рубрике: на приеме у стоматолога в виде статьи <.....> – врача-стоматолога центра стоматологии и имплантологии «Блик» о безметалловой керамике, соответствует требованиям ст. 3 Федерального закона «О рекламе» и

является рекламной, так как направлена на привлечение внимания к услугам в области стоматологии, оказываемым ООО «Блик», в частности: к услугам по протезированию зубов с использованием изделий их безметалловой керамики, и их продвижение на рынке.

Согласно п. 4 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» ненадлежащей признается реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

[Перечень](#) работ (услуг) при осуществлении медицинской деятельности, утвержденный постановлением Правительства Российской Федерации от 22.01.2007 N 30 "Об утверждении Положения о лицензировании медицинской деятельности", работы (услуги), выполняемые при осуществлении доврачебной, амбулаторно-поликлинической, стационарной, скорой и скорой специализированной (санитарно-авиационной), высокотехнологичной, санаторно-курортной медицинской помощи, порядок организации которых определяется Министерством здравоохранения и социального развития Российской Федерации, включает в себя работы (услуги) по стоматологии.

Согласно Общероссийскому [классификатору](#) услуг населению ОК 002-93 (ОКУН), утвержденному постановлением Госстандарта Российской Федерации от 28.06.1993 N 163, группа "медицинские услуги" (код 8) состоит, в том числе из таких услуг как: «консультативный прием врачами-специалистами» и «зубопротезирование».

Оценив содержание рекламной статьи, антимонопольный орган приходит к выводу, что рассказ врача – стоматолога <.....> об изделиях из безметалловой керамики, которые применяют при оказании услуг по протезированию зубов в центре «Блик», а также о том, что о данном способе протезирования можно получить консультацию на приеме у специалиста центра, является рекламой медицинских услуг.

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.

Таким образом, размещение рекламы медицинских услуг без предупреждения о наличии противопоказаний к их применению и использованию является нарушением ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».

Согласно части 7 статьи 38 Закона ответственность за нарушение требований ч. 7 ст. 24 несет рекламодатель. Рекламодателем в данном случае является ООО «Технология успеха», поэтому нарушение действующего рекламного законодательства произошло по его вине.

Так как на рассмотрение дела не было представлено доказательств устранения нарушения, Комиссия решила выдать предписание о прекращении нарушения действующего 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 ООО «Технология успеха» является директор, она же главный редактор журнала «В РИТМЕ ГОРОДА Киров» <...>

Комиссия считает необходимым привлечь <...> к административной ответственности.

Руководствуясь ст. 3, ст. 24, 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 ООО «Технология успеха» в журнале «В ритме города Киров» № 2 (7) от марта 2012 г. на стр. 34-35 в рубрике: «На приеме у стоматолога», так как она противоречит требованиям ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».
2. Признать ООО «Технология успеха», нарушившим ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».
3. ООО «Технология успеха» выдать предписание об устранении нарушения рекламного законодательства.
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Кировского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 КоАП РФ, в отношении главного редактора журнала «В РИТМЕ ГОРОДА Киров» ООО «Технология успеха».

Решение изготовлено в окончательной форме 06.04.2012 года.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном ст. 198 АПК РФ.

ПРЕДПИСАНИЕ

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 – <...> и членов Комиссии – <...> на основании своего решения от 03 апреля 2012 г. (изготовлено в полном объеме 06.04.2012) по делу № 31 по нарушению ООО «Технологи успеха» ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г.,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

ООО «Технология успеха» в пятидневный срок с момента получения предписания прекратить нарушение ч. 7 ст. 24 Федерального закона РФ «О рекламе», а именно:

Прекратить размещение в журнале «В РИТМЕ ГОРОДА Киров» рекламы лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, медицинской техники без предупреждения о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

Информацию об исполнении представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области в срок до 26 апреля 2012 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

<...>