

В печатных СМИ надпись о противопоказаниях к применению в рекламе медицинских услуг должна составлять не менее пяти процентов рекламной площади. 17 сентября 2013 г. Комиссия УФАС по Владимирской области вынесла решение о признании рекламы «МЕДИЦИНСКИЙ ЦЕНТР «КЛЕОПАТРА». Косметология: перманентный макияж, коррекция веса, уход за лицом, депиляция, эпиляция, озонотерапия, шоколадное обертывание, пирсинг, фотоэпиляция, удаление новообразований, мезотерапия, контурная пластика, ботокс, биоревитализация, лазерное удаление. Массаж: классический лечебный, тайский слим, балинезийский, индийский массаж головы и воротниковой зоны, французский массаж живота, самурайский массаж, антицеллюлитный, общий, вакуумный, озокерит, стоунтерапия, пилинги, обертывания. Парикмахерская: стрижки, окрашивание, колорирование, ламинирование, химические завивки, наращивание волос, лечение. Ногтевой сервис: маникюр, педикюр, наращивание, шеллак, японский маникюр. Визаж: свадебный, дневной, вечерний макияж. Современные методы омоложения в медицинском центре «Клеопатра», распространенной в газете «Гусевские вести», не соответствующей требованиям части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» и передала материалы дела должностному лицу для возбуждения административного производства.

Согласно части 7 статьи 24 ФЗ от 13.03.2006 № 38-ФЗ «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). Требования настоящей части не распространяются на рекламу, распространяемую в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, а также в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях, и на иную рекламу, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники.

В указанной рекламной статье предупреждающая надпись о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов составляет менее пяти процентов рекламной площади. Площадь рекламной статьи составила 182,16 см.кв. Пять процентов от указанной площади составляет 9,108 см.кв. Площадь предупреждающей надписи составляет 1,38 % (2,52 см.кв.).

В соответствии с частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе» несет рекламораспространитель (лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств).

В данном случае, лицом, в действиях которого были выявлены признаки нарушения законодательства о рекламе, был признан главный редактор газеты «Гусевские вести».

Размещение ненадлежащей рекламы образует состав административного правонарушения, предусмотренного статьей 14.3 КоАП РФ. RegionFAS.ru