

РЕШЕНИЕ

Дата оглашения решения: 16.08.2011 г.

Дата изготовления решения: 26.08.2011 г.

г. Кострома

Комиссия Костромского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе (далее - Комиссия):

заместитель председателя Комиссии Ниденс А.В., заместитель руководителя управления – начальник отдела,

члены Комиссии: Дмитриева Т.А., начальник отдела антимонопольного контроля хозяйствующих субъектов и рекламы, Колотырина А.А., главный государственный инспектор отдела антимонопольного контроля хозяйствующих субъектов и рекламы, рассмотрев дело № 07-32/951, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе при распространении в различных средствах массовой информации рекламы ООО «Доктор Борменталь»,

УСТАНОВИЛА:

В Костромское УФАС России 28.03.2011 г. поступило обращение от ООО «Психологический центр Андрея Полетаева» о том, что в период с 11.01.2011 по 08.03.2011 года в номерах с 1 по 10 периодического печатного издания «Хронометр Кострома» распространялась информация о деятельности Цента снижения веса «Доктор Борменталь», а именно: в № 1-2 от 11.01.11г. модули под следующими условными обозначениями: «Первые шаги очень ... легки! Доктор Борменталь ... - 75 кг. ... до и после» и «Снижайте вес с нами ... Доктор Борменталь 1»; в № 3 от 18.01.11 г. «Снижайте Вес с нами ... доктор Борменталь 1»; в № 4 от 25.01.11 г. «первые шаги очень легки ... Доктор Борменталь ... - 75 кг. ... до и после»; в № 5 от 01.02.11 г. «Доктор Борменталь ... Екатерина — 15 кг. ... Хочешь узнать как у меня это получилось?»; в № 6 от 08.02.11 г. «Не все сводится к еде ... Доктор Борменталь ... к 23 февраля Доктор Борменталь дарит всем мужчинам скидки»; в № 7 «Доктор Борменталь ... Акция к 23 февраля и 8 марта ... (подарки)»; в № 8 от 22.02.11 г. «Доктор Борменталь ... Я изменилась с ног до головы ... (куда исчез мой лишний вес)»; в № 10 « «Центр снижения веса предлагает специальную программу похудения».

А также в периодическом печатном издании «Костромская народная газета» в № 5 от 02.02.11 г., в № 6 от 09.02.11 г., в № 7 от 16.02.2011 г. и в № 8 от 23.02.2011 г. размещались модули с указанием следующей информации: «Доктор Борменталь ... Юрий — 56 кг. ... к празднику 23 февраля дарим всем мужчинам скидки ... Мы проверены 19-летней работой и тысячами благодарных клиентов, начавшими новую жизнь» и «Доктор Борменталь ... Екатерина — 15 кг. ... Хочешь узнать как у меня это получилось?»; в № 9 от 02.03.11 г., в № 10 от 09.03.11 г. и в № 12 от 23.03.11 г. «Доктор Борменталь ... Коллектив центра поздравляет всех женщин с 8 марта ... скидка 20 % в подарок!» и «Доктор Борменталь ... День похудения 15 марта»; в № 14 от 06.04.11 г. и в № 16 от 20.04.11 г. «Доктор Борменталь ... игра в оправдалочки ... Решение есть всему».

Информация, содержащаяся во всех вышеуказанных случаях, носит рекламный характер, поскольку обращена неопределенному кругу лиц,

направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке, вследствие чего является рекламой в силу понятия «реклама», данного в статье 3 Федерального закона от 13.03.06г. № 38-ФЗ "О рекламе" (далее – Закон «О рекламе»).

Статья 5 Закона «О рекламе» содержит требования к рекламе, не зависящие от ее вида, формы, способа демонстрации и иных параметров. Согласно ч. 7 ст. 5 Закона «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения и использования, если при этом искажается смысл информации, и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

В соответствии с требованиями, установленными в п. 1 ст. 9 закона «О рекламе», при распространении рекламы о проведении стимулирующих мероприятий (акций) должен указываться срок их проведения.

Таким образом, заявитель считает, что размещение рекламных модулей с содержанием следующего: «Не все сводится к еде ... Доктор Борменталь ... к 23 февраля Доктор Борменталь дарит всем мужчинам скидки», «Доктор Борменталь ... Акция к 23 февраля и 8 марта ... (подарки)» происходило с признаками нарушения требований, установленных в ч. 7 ст. 5 и п. 1 ст. 9 Закона «О рекламе»

Заявитель также считает, что при указании информации следующего содержания: «Мы проверены 19 летней работой и тысячами благодарных клиентов, начавшими новую жизнь!», в рекламном модуле под условным обозначением «Доктор борменталь ... Екатерина — 15 кг. ... Хочешь узнать как у меня это получилось?» и указание во всех рассматриваемых рекламных модулях о том, что: «Внимание! наш новый адрес» или «Мы переехали» усматриваются признаки нарушения требований п. 20 ч. 3 ст. 5 Закона «О рекламе», поскольку в данной норме закона установлено, что недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения, в том числе об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

Заявитель считает, что согласно п. 2 ч. 1 ст. 24 Закона «О рекламе» реклама медицинских услуг не должна содержать ссылки на конкретные случаи излечения от заболеваний, улучшения состояния здоровья человека в результате применения объекта рекламирования.

Кроме того, заявитель считает, что в п. 7 ч. 1 ст. 24 Закона «О рекламе» реклама медицинских услуг не должна создавать впечатление ненужности обращения к врачу.

Рассмотрев материалы дела, и выслушав доводы заявителя, лица, в отношении которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, Комиссия пришла к следующим выводам.

Поскольку в рассматриваемых рекламных модулях Центра снижения веса «Доктор Борменталь» внимание потребителей направлено на услуги, содержащие признаки психотерапии, которая, в свою очередь относится к одному из разделов медицины, то соответственно в данном случае усматриваются признаки нарушения требований, установленных в п.п. 2, 7. ч. 1 ст. 24 Закона «О рекламе».

Размещение рекламных модулей с содержанием следующего: «Не все сводится к еде ... Доктор Борменталь ... к 23 февраля Доктор Борменталь дарит всем мужчинам скидки», «Доктор Борменталь ... Акция к 23 февраля и 8 марта ... (подарки)» происходило с признаками нарушения требований, установленных в ч. 7 ст. 5 и п. 1 ст. 9 Закона «О рекламе»

Таким образом, распространение вышеуказанных рекламных модулей центра снижения веса «Доктор Борменталь» в печатных СМИ сообщений

происходило с нарушением требований, установленных в п. 20 ч. 3 и ч. 7 ст. 5, п. 1 ст. 9, и в п.п. 2, 7 ч.1 ст. 24 Закона «О рекламе».

Согласно положениям ч. 6 ст. 38 Закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных п. 20 ч. 3, ч. 7 ст. 5, п.1 ст. 9 и п.п. 2, 7 ч. 1 ст. 24 несет рекламоатель – ИП Симонова И. В.

В силу определения, данного в п. 5 ст. 3 Закона «О рекламе», «рекламоатель» - это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, и согласно представленным в Костромское УФАС России документам следует, что рекламоателем в данном случае является ИП Симонова И.В. (ИНН 380505797323).

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «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 «Доктор Борменталь» ненадлежащей, поскольку в данной норме закона нарушены требования п. 20 ч. 3 и ч. 7 ст. 5, п. 1 ст. 9, п.п. 2, 7 ч. 1 ст. 24 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдавать, в связи с устранением нарушения.

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

Председатель комиссии:

В.А. Ниденс

Члены комиссии:

А. А. Колотырина

Т. А. Дмитриева