

П О С Т А Н О В Л Е Н И Е № 64р -42-12

о наложении штрафа по делу

об административном правонарушении

«21» июня 2012 г.

г. Киров

Руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области <...>, рассмотрев протокол об административном правонарушении № 64р от 21.06.2012 года, составленный <...> – специалистом 2 разряда отдела финансовых рынков и рекламы в отношении директора ООО «НаноПрофКиров» <...> по нарушению пункта 1 части 3 статьи 5 и пункта 7 статьи 7 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 года

У С Т А Н О В И Л:

Решением Комиссии Кировского УФАС России по рассмотрению дела № 42 по признакам нарушения законодательства о рекламе, был установлен факт нарушения ООО «НаноПрофКиров», как рекламодателем, пункта 1 части 3 статьи 5 и пункта 7 статьи 7 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 года (далее по тексту Закон о рекламе).

Данное дело было возбуждено Управлением Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по заявлению физического лица.

Нарушение заключалось в следующем.

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области поступило заявление физического лица о нарушении действующего рекламного законодательства при размещении в рекламном ежемесячном издании «Каталог семейных покупок «7я» за номером 3 (29/62) март 2012 года в рубрике «Красота – Здоровье» статьи «*Единственный в Кирове! Перманентный макияж III поколения!*».

По мнению заявителя, автор статьи не может считать себя единственным в городе специалистом в этой сфере, а технику нанесения и материалы наиболее безопасными и щадящими, так как – в городе работают мастера перманентного макияжа и татуажа, закончившее не менее престижные школы. В России на сегодняшний день существует ограниченное количество школ перманентного макияжа, которые предлагают: 5 дневное обучение, аппараты для нанесения перманентного макияжа, пигменты (краски), советы по продвижению своих услуг, сертификаты или диплом об окончании школы. Мастер, закончивший школу «RISO COOPERATION GmbH» не может считать себя единственным и неповторимым в своем роде. При этом, заявитель и его коллеги из других салонов работают на качественном оборудовании, которое соответствует стандартам качества и

сертифицировано.

Кроме того, в статье рекламируются «краски на 100 % минеральной основе». Но на самом деле они не уникальны, это просто новинка.

В результате проверки по заявлению было установлено, что в рекламном ежемесячном издании «Каталог семейных покупок «7я» за номером 3 (29/62) март 2012 года на странице 114 был размещен рекламный модуль следующего содержания:

«Единственный в Кирове! Перманентный макияж III поколения! Система RI –soft Lining – новейшая разработка немецкой компании RISO COOPERATION GmbH – одной из лидирующих школ перманентного макияжа. III поколение перманентного макияжа – наиболее безопасное и щадящее на сегодняшний день. Симбиоз из прибора, красок на 100 % минеральной основе, ухаживающих кремов и техники работы.

Получаемый эффект вызывает восхищение! Позвольте и себе уникальную возможность измениться! г. Киров, ул.<...>, т.: 788-<...>, 43-5<...> (косметолог).

Академия Маникюра ND Nano Professoinal». Рекламная информация сопровождается предупредительной надписью.

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, следующего содержания: *«Единственный в Кирове! Перманентный макияж III поколения! Система RI –soft Lining – новейшая разработка немецкой компании RISO COOPERATION GmbH – одной из лидирующих школ перманентного макияжа.»*, размещенная в журнале «Каталог семейных покупок «7я» за номером 3 (29/62) март 2012 года, соответствует требованиям статьи 3 Закона о рекламе и является рекламой.

Согласно ч. 1 ст. 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускается.

Ненадлежащей признается реклама не соответствующая требованиям законодательства РФ (ст. 3 Закона о рекламе).

Согласно п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Под преимуществом следует понимать превосходство рекламируемого товара или оказываемой услуги по каким-либо характеристикам над аналогичным товаром или услугой иного/иных производителей. Наличие такого преимущества, как правило, обеспечивает предпочтение к товару или услуге потребителями. Как заявления о преимуществах рассматриваются, в том числе формулировки, содержащие прилагательные в превосходной степени: «самый», «единственный», «уникальный» и им подобные. В таких случаях необходимо фактическое и документальное обоснование использования этих слов, так как информация может быть признана недостоверной, а реклама, соответственно, ненадлежащей.

Согласно толковому словарю русского языка под редакцией С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведова, «единственный» означает: «только один», «исключительный, выдающийся».

Из содержания рекламной статьи: «*Единственный в Кирове! Перманентный макияж III поколения!*» следует, что рекламируемая услуга является единственной в городе Кирове, оказываемой данным Обществом.

Однако, как пояснил при рассмотрении дела ответчик, предполагалось, что эта фраза относится к конкретной системе «Ri-soft Liner» перманентному макияжу третьего поколения. Именно по нему ответчик прошел базовый курс по программе: Ri-soft@lining – III поколение перманентного макияжа, и соответственно является специалистом по перманентному макияжу системы Ri-soft@lining.

В своей работе использует аппарат для перманентного макияжа производства фирмы RISO Cooperation GmbH, который согласно технической документации, соответствует третьему поколению косметологических аппаратов для нанесения перманентного макияжа. Это подтверждается документом за подписью заведующего лабораторией функциональной безопасности Института проблем управления им. В. А. Трапезникова Российской академии наук, академика Международной академии исследования будущего, доктора технических наук, профессора <...>, в котором представлена характеристика поколений косметологических аппаратов для нанесения перманентного макияжа. Характеристика технических средств для каждого поколения определяется технологическими укладами. Оснащение аппаратов для нанесения перманентного макияжа высокопрецизионным приводом движения иглы, а также микропроцессорным блоком управления, регулирующим частоту движения иглы (количество проколов в секунду), определяет их соответствие третьему поколению, так как характеристики этих функциональных блоков соответствуют возможностям четвертого и пятого технологических укладов.

При рассмотрении дела были направлены запросы другим хозяйствующим субъектам относительно использования в своей работе прибора для пигментирования III поколения Ri-soft Liner 3030 или иных аппаратов для нанесения перманентного макияжа с высокопрецизионным приводом движения иглы, а также микропроцессорным блоком управления, регулирующим частоту движения иглы.

Согласно представленной информации, другие хозяйствующие субъекты действительно не используют в своей деятельности аппарат для перманентного макияжа Ri-soft Liner 3030. Однако Тату-салон «Виктори-Арт», Центр Красоты и Здоровья «Шарм-плюс» и салон красоты «Афродита» используют другие аппараты, а именно:

-Тату-салон «Виктори-Арт» - Sapphire Elite GM. Аппарат имеет регулятор скорости, адаптер питания.

-Центр Красоты и Здоровья «Шарм-плюс»-Sterling 3000 digital Device. Цифровой аппарат для перманентного макияжа и художественного тату.

-Салон красоты «Афродита»- Sapphire Pro Kit. Аппарат терапевтический для эстетической медицины и косметологии «Сапфир». Согласно регистрационному удостоверению он имеет блок питания, регулятор скорости.

Таким образом, согласно представленной ответчиком характеристики поколений косметологических аппаратов для нанесения перманентного макияжа, указанные выше аппараты по техническим характеристикам также могут быть отнесены к аппаратам третьего поколения для перманентного макияжа.

К этим аппаратам может быть отнесен и аппарат Linelle Supreme, содержащий блок управления и микропроцессор с автоматическим контролем работы двигателя, который использует в своей работе заявитель.

Данная информация свидетельствует о том, что не только ООО «НаноПрофКиров», но и другие хозяйствующие субъекты, используют в своей деятельности аппараты, которые по техническим характеристикам можно отнести к аппаратам третьего поколения.

Таким образом, информация «Единственный в Кирове! Перманентный макияж III поколения!» не соответствует действительности, не указаны критерии, раскрывающие содержание преимущества данного утверждения.

Документальное подтверждение вышеуказанной информации в материалы дела также не представлено.

Учитывая изложенное, спорная реклама, размещенная в журнале «Каталог семейных покупок «7я» за номером 3 (29/62) март 2012 года является ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, а именно в рекламе содержатся несоответствующие действительности сведения о преимуществах данной услуги перед другими однородными услугами – хозяйствующих субъектов – конкурентов.

Кроме того, в силу п. 7 ст. 7 Закона о рекламе не допускается реклама товаров, на производство и (или) реализацию которых требуется получение лицензий или иных специальных разрешений, в случае отсутствия таких разрешений.

Перманентный татуаж (перманентный макияж, дермапигментация) является медицинской услугой и может оказываться при наличии лицензии на осуществление медицинской деятельности. При этом у ООО «НаноПрофКиров» соответствующая лицензия отсутствует.

Согласно п. 46 ч. 1 ст. 12 Федерального закона «О лицензировании отдельных видов деятельности» от 04.05.2011 № 99-ФЗ осуществление медицинской деятельности требует получения лицензии.

На момент распространения рекламной информации, действовало Положение о лицензировании медицинской деятельности (утвержденное Постановлением

Правительства РФ от 22.01.2007 № 30), в котором, в соответствии с Перечнем (приложением) к названному Положению к медицинской деятельности относились работы (услуги) по косметологии (терапевтической и хирургической).

Приказом Минздравсоцразвития РФ от 27.12.2011 № 1664н утверждена Номенклатура медицинских услуг, согласно которой дермапигментация (перманентный татуаж) (код услуги А17.30.001) относится к медицинским услугам.

Учитывая изложенное, услуги по оказанию перманентного макияжа относятся к медицинским услугам и подлежат обязательному лицензированию в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Пунктом 7 статьи 7 Закона о рекламе предусмотрено, что не допускается реклама товаров, на производство и (или) реализацию которых требуется получение лицензий или иных специальных разрешений, в случае отсутствия таких разрешений.

При этом, Департамент здравоохранения Кировской области хозяйствующему субъекту ООО «НаноПрофКиров», осуществляющему свою деятельность по адресу г. Киров, ул. <...>, лицензию не выдавал.

Кроме того, прибор для пигментирования III поколения Ri-soft Liner 3030 соответствует третьему поколению косметологических аппаратов для нанесения перманентного макияжа.

Таким образом, рекламная информация: «Единственный в Кирове! Перманентный макияж III поколения! ...» о медицинской услуге - перманентном макияже размещена с нарушением требований пункта 7 статьи 7 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований пункта 1 части 3 статьи 5 и пункта 7 статьи 7 Закона о рекламе несет рекламодатель.

На основании договора № 129 от 22 февраля 2012 года, счета № 110, рекламодателем ненадлежащей рекламы в рекламном ежемесячном издании «Каталог семейных покупок «7я» за номером 3 (29/62) март 2012 года является ООО «НаноПрофКиров».

Таким образом, нарушение рекламного законодательства произошло по вине рекламодателя ООО «НаноПрофКиров».

На основании 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 [\(АИ1\)](#) 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 «НаноПрофКиров» согласно Уставу является директор <...>, которая руководит текущей деятельностью Общества и несет ответственность за соблюдение требований действующего законодательства.

Протокол составлен и рассмотрен в присутствии директора ООО «НаноПрофКиров» <...>, которая надлежащим образом уведомлена о дате, месте и времени составления протокола (уведомление получено 31.05.2012).

При рассмотрении протокола просила ограничиться устным замечанием.

На момент составления и рассмотрения протокола рекламная информация не размещается.

В ходе рассмотрения дела были исследованы все обстоятельства совершенного нарушения рекламного законодательства. Факты, изложенные в протоколе об административном правонарушении, подтверждаются в полном объеме материалами дела № 42.

В соответствии со ст. 2.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее КоАП РФ) административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое настоящим Кодексом или законами субъектов РФ об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Антимонопольный орган не видит оснований для применения статьи 2.9 КоАП РФ и признания правонарушения малозначительным.

[Постановлением Пленума Верховного Суда РФ от 24.03.2005 № 5 \(ред. от 09.02.2012\) «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях»](#)

малозначительным административным правонарушением является действие или бездействие, хотя формально и содержащее признаки состава административного правонарушения, но с учетом характера совершенного правонарушения и роли правонарушителя, размера вреда и тяжести наступивших последствий не представляющее существенного нарушения охраняемых общественных правоотношений.

Данное правонарушение создает существенную угрозу охраняемым общественным отношениям в сфере рекламы, так как нарушено право как неопределенного круга лиц, потребителей на получение достоверной информации о рекламируемой услуге «Единственный в Кирове! Перманентный макияж III поколения!», так и конкурентов, о чем свидетельствует обращение лица, оказывающего аналогичную услугу, с жалобой, по вопросу содержания вышеуказанного рекламного материала.

Кроме того, существенная угроза охраняемым общественным отношениям заключается также в том, что Общество рекламирует услугу в отсутствие лицензии на ее осуществление (перманентный макияж-это вид медицинской деятельности), что может оказать негативное воздействие на здоровье и жизнь граждан, желающих воспользоваться данной медицинской услугой.

Учитывая изложенное, нарушение произошло из-за пренебрежительного

отношения директора ООО «НаноПрофКиров» <...> к исполнению своих обязанностей, так как реальная возможность соблюдения требований рекламного законодательства у нее имелась, но всех необходимых мер по их выполнению она не предприняла.

Таким образом, оснований для признания допущенного административного правонарушения малозначительным и освобождения директора ООО «НаноПрофКиров» <...> от административной ответственности не имеется.

При определении размера административного штрафа материальное положение директора ООО «НаноПрофКиров» <...> учтено.

Смягчающих и отягчающих обстоятельств не установлено.

Наложение административного штрафа на директора ООО «НаноПрофКиров» <...> осуществляется в минимальном размере санкции, установленной ч. 1 ст. 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

Руководствуясь статьями 3, 5, 7 ФЗ «О рекламе», статьями 2.1, 2.4, 2.9, 4.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПО С Т А Н О В И Л:

1. Признать директора ООО «НаноПрофКиров» <...> виновной в совершении административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

2. Применить к директору ООО «НаноПрофКиров» <...> <...> меру ответственности в виде административного штрафа за ненадлежащую рекламу в размере 4 000 (четыре тысяч) рублей.

Суммы штрафов, уплаченных за нарушения законодательства о рекламе,

<...>

Согласно части 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях **административный штраф должен быть уплачен лицом**, привлеченным к административной ответственности, **не позднее тридцати дней** со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В трехдневный срок со дня уплаты штрафа директору ООО «НаноПрофКиров» <...> надлежит представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области копии платежных документов. **В соответствии с ч. 1 ст. 20.25 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного**

административного штрафа, но не менее одной тысячи рублей либо административный арест на срок до пятнадцати суток.

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 31.1 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

[\(АН1\)](#)