

РЕШЕНИЕ

Дата оглашения решения: 06.07.2012 г.

Дата изготовления решения: 19.07.2012 г. г. Кострома

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Костромской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Заместитель председателя Комиссии — <...>, заместитель руководителя управления — начальник отдела,

члены Комиссии: <...> - начальник отдела антимонопольного контроля хозяйствующих субъектов и рекламы; <...> – главный государственный инспектор отдела антимонопольного контроля хозяйствующих субъектов и рекламы,

рассмотрев материалы дела №ВД 07-54/1055, возбужденного по признакам нарушения ООО «Издательство «Костромской край» (ИНН 4401049280, ОГРН 1044408634401, г. Кострома, ул. Свердлова, д. 4, оф. 5) (далее - Общество) требований, установленных п. 7 ст. 7 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе»,

в присутствии представителей лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, - генерального директора Общества <...>, действующей на основании Устава Общества, утвержденного внеочередным общим собранием участников 15.03.2010 г.,

УСТАНОВИЛА:

В ходе рассмотрения заявления ООО «Страна Стройных» с претензией к рекламе Костромского центра коррекции веса «Вес минус» установлено следующее.

В газете «Костромской край» (далее – газета) №13 от 6 апреля 2011 г. на стр. №9 размещен текстово-графический рекламный модуль текстового содержания «Костромской центр коррекции веса «ВЕС МИНУС» * программа похудения от 4.400 * тел. 300-641 * бесплатная консультация * Имеются противопоказания, требуется консультация специалиста» с изображением образа потенциального клиента центра и с изображением образа сотрудника данного центра - образа медицинского работника.

Под образом понимается отражение в сознании объектов материального мира, их наглядное, живое представление.

Невербальное сообщение о медицинском или фармацевтическом работнике несут атрибуты их профессиональной деятельности. В этом смысле «белый халат» является тем символом, который прочно связан с образом врача.

Согласно имеющимся документам под коммерческим обозначением «Костромской центр коррекции веса «Вес минус» осуществляет деятельность Индивидуальный предприниматель <...> (<...>).

Согласно прайс-листа на услуги, типового договора на оказание услуг, представленных ИП <...>:

1. Костромской центр коррекции веса «Вес минус» оказывает услуги по программам «Школа правильного питания», «Психокоррекция веса», «Школа

правильного питания» + «Психокоррекция веса»;

2. Исполнитель – ИП <...> обязуется оказать следующие услуги: консультирование по вопросам, связанным с избыточным весом, организацию и проведение занятий психокоррекции избыточного веса, психологическая помощь по вопросам, возникающим в связи с избыточным весом;

3. Медицинские услуги для Заказчика проводит ООО «Оздоровление+» согласно дополнительному договору.

Таким образом, ИП <...> – Костромской центр коррекции веса «Вес минус» не оказывает медицинских услуг, услуги в центре коррекции веса «Вес минус» оказываются ООО «Оздоровление+».

Из смысла, предупреждений о наличии противопоказаний, о необходимости получения предварительной консультации у специалиста, указанных в рекламном модуле, предполагается, что Костромской центр коррекции веса «Вес минус» оказывает медицинские услуги, следовательно, должен иметь лицензию, дающую право на оказание таких услуг, а использование образа медицинского работника допускается только в рекламе медицинских услуг.

Согласно имеющимся материалам дела ИП <...> не имеет лицензии на осуществление медицинской деятельности.

Согласно ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе) рассматриваемый модуль является рекламой.

В соответствии со статьей 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

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

Согласно пункта 3 статьи 3 Закона о рекламе под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Согласно подпункту 46 пункта 1 статьи 12 Федерального закона от 04.05.2011 №99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности» медицинская деятельность подлежит лицензированию.

Порядок лицензирования медицинской деятельности определен Положением о лицензировании медицинской деятельности, утвержденным Постановлением Правительства РФ от 22.01.2007 №30 (действовавшим на дату привлечения к административной ответственности, далее - Положение), согласно которому медицинская деятельность включает в себя: выполнение работ (услуг) по оказанию доврачебной, амбулаторно-поликлинической, стационарной, высокотехнологичной, скорой и санаторно-курортной медицинской помощи в соответствии с перечнем согласно приложению.

Согласно ч. 4 ст. 2 Закона о рекламе специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

Рассматриваемая реклама не является явно не относящейся к рекламе медицинских услуг и методов лечения.

Кроме того, как следует из сложившейся судебной практики, информация,

очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара (п. 16 информационного письма Президиума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе»).

Таким образом, рассматриваемая реклама содержит признаки нарушения требований п. 7 ст. 7 Закона о рекламе.

Рассмотрев представленные Обществом документы, материалы дела, выслушав объяснения генерального директора Общества <...>, Комиссией установлено:

– ООО «Издательство «Костромской край» зарегистрировано в качестве юридического лица 11.11.2004 г. за основным государственным регистрационным номером 1044408634401 Инспекцией ФНС по г. Костроме;

– ООО «Издательство «Костромской край» является учредителем средства массовой информации – газеты «Костромской край» (свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ №ТУ 44-00153 от 20.12.2011 г.);

– СМИ – газета «Костромской край» является структурным подразделением Общества;

– Причиной нарушения требований п. 7 ст. 7 Закона о рекламе при распространении рассматриваемой рекламы явилась невнимательность дизайнера, менеджера по рекламе и старшего менеджера по рекламе Общества, а также отсутствие должного контроля со стороны генерального директора и главного редактора газеты;

– Генеральным директором Общества является <...> (Протокол общего собрания участников Общества №01 от 24.02.2009 г.);

– Главным редактором СМИ – газеты «Костромской край» является <...> (Приказы Общества №111 от 16.11.2007 г. «о приеме на работу», №08 от 23.01.2008 г. «О переводе работника на другую работу»).

В соответствии со ст. 2, ч. 4 ст. 19 Закона РФ от 27.12.1991 №2124-1 (ред. от 11.07.2011, с изм. от 21.07.2011) «О средствах массовой информации», с п.п. 2.1., 2.5. должностной инструкции главного редактора газеты «Костромской край» от 16.11.2007, подписанной <...>:

– под главным редактором понимается должностное лицо, осуществляющее общее руководство редакцией и разрешающее (или запрещающее) выход продукции средства массовой информации;

– главный редактор представляет редакцию в отношениях с учредителем, издателем, распространителем, гражданами, объединениями граждан, предприятиями, учреждениями, организациями, государственными органами, а также в суде. Он несет ответственность за выполнение требований, предъявляемых к деятельности средства массовой информации;

– главный редактор организует редактирование информационных и нормативных материалов;

– главный редактор подписывает издания в производство, в печать и на выпуск в свет.

В соответствии с ч. 4, ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе за нарушение требований, установленных п. 7 ст. 7 Закона о рекламе, рекламораспространитель несет ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Рекламораспространителем в данном случае является ООО «Издательство «Костромской край», т.к. редакция газеты «Костромской край» является структурным подразделением Общества.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона «О

рекламе», и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу ИП <...> текстового содержания «Костромской центр коррекции веса «ВЕС МИНУС» * программа похудения от 4.400 * тел. 300-641 * бесплатная консультация * Имеются противопоказания, требуется консультация специалиста», размещенную на стр. №9 периодического печатного издания – газеты «Костромской край» №13 от 6 апреля 2011 г., поскольку нарушены требования п. 7 ст. 7 Закона о рекламе.

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

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Костромского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Заместитель председателя Комиссии <...>

Члены Комиссии <...>

<...>