

**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ  
ПО РЕСПУБЛИКЕ КОМИ**

Р

Е

Ш

26 апреля 2010 года  
(изготовление решения в полном  
объеме)

№ 03-01/1562

13 апреля 2010 года  
(оглашение резолютивной части  
решении)

Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее – Комиссия, Коми УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе

<...>,

рассмотрев дело № Р 03-02/10 по факту распространения рекламы следующего содержания: «Ињекционная биоревитализация (контурная пластика, мезотерапия и т. д.); новейшая аппаратная косметология лица и тела; все виды пилингов; все виды массажа; пирсинг; депиляция», размещенной в выпуске № 46 (64) от 21.11.2009 газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар» на странице 13 (далее - реклама «Нимфа», рассматриваемая реклама), с нарушением требований п. 7 ст. 7 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон «О рекламе»)

УСТАНОВИЛА:

В Коми УФАС России поступило заявление от 24.11.2009 (вх. № 5602 от 26.11.2009).

Заявитель указывает, что в газете «PRO ГОРОД Сыктывкар» в выпуске № 46 (64) от 21.11.2009 на странице 13 размещена реклама «Нимфа» с признаками нарушения п.7 ст. 7 Закона «О рекламе».

В подтверждение наличия факта нарушения рекламного законодательства представлен оригинал страницы 13 газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар» выпуска № 46 (64) от 21.11.2009.

Комиссия, изучив материалы рекламного дела, заслушав лиц, участвующих в рассмотрении дела, установила следующее.

Информация о косметологическом салоне следующего содержания: «Нимфа» 32-10-70 ул. Катаева, 2/1 Ињекционная биоревитализация NEW (контурная пластика, мезотерапия и т.д.); новейшая аппаратная косметология лица и тела; Элос-омоложение NEW; все виды массажа; все виды эпиляции; спа - процедуры; пилинги; ногтевой сервис; наращивание ресниц. Подарочные сертификаты на любую сумму» размещена на странице 13 газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар» в выпуске № 46 (64) от 21.11.2009.

В соответствии с положениями п. 1 ст. 3 Закона о рекламе рекламой признается информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование и поддержание интереса к нему, и его продвижение на рынке.

Вышеуказанная информация содержит все правовые признаки рекламы:

- распространена при помощи печатного средства массовой информации, а именно в газете «PRO ГОРОД Сыктывкар» в выпуске № 46 (64) от 21.11.2009 на странице 13;

- адресована неопределенному кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования: косметологическому салону «Нимфа» и оказываемым им услугам, формирование и поддержание интереса к салону и оказываемым им услугам.

Таким образом, вышеуказанная информация, является рекламой.

Согласно 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.

В соответствии с 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.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона о рекламе, ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Частью 6 статьи 38 Закона «О рекламе» предусмотрено, что ответственность за распространение рекламы, не соответствующей требованиям п. 7 ст. 7 настоящего Закона, несет рекламоделец.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона «О рекламе» рекламоделец – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с ч. 7 ст. 38 Закона «О рекламе» ответственность за распространение рекламы, не соответствующей требованиям п. 7 ст. 7 настоящего Закона, несет рекламодатель.

В соответствии с п. 7 ст. 3 Закона «О рекламе» рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В соответствии с п. 6 ст. 3 Закона «О рекламе» рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в частях 6 и 7 настоящей статьи, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

Из письменных пояснений и копий документов, представленных в материалы рекламного дела представителями ООО «Город 11», ИП Ламбринаки А.В., ООО «КЦ «Нимфа», а также <...> рекламодателем рекламы «Нимфа» является <...>, действовавшая от имени и в интересах ООО КЦ «Нимфа», в отсутствие предоставленных ей последним законных полномочий; рекламодателем и рекламопроизводителем рассматриваемой рекламы является ИП Ламбринаки А.В, зарегистрированная в качестве индивидуального предпринимателя от 19.05.2008 за ОГРН 308434514000124 на основании Свидетельства о государственной регистрации.

Согласно письменной информации Управления Федеральной службы по надзору в сфере здравоохранения и социального развития по Республике Коми (далее - Управление Росздравнадзора по Республике Коми) косметологический салон «Нимфа», местонахождение юридического лица: 167000, Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Катаева, д. 2/1, не значится в реестре лицензий, в том числе, на осуществление медицинской деятельности. В соответствии со ст. 56 Основ законодательства Российской Федерации «Об охране здоровья граждан» от 22.07.1993 № 4387-1 в редакции от 02.02.2006 право на занятие частной медицинской практикой имеют дипломированные специалисты с высшим или средним медицинским образованием, получившие сертификат и лицензию на избранный вид деятельности. В силу ст. 5.1. Основ законодательства Российской Федерации «Об охране здоровья граждан», лицензирование медицинской деятельности организаций частной системы здравоохранения (за исключением деятельности по оказанию высокотехнологичной медицинской помощи) относится к полномочиям Министерства здравоохранения Республики Коми.

Приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 10.05.2007 № 323 «Об утверждении порядка организации работ (услуг), выполняемых при осуществлении доврачебной, амбулаторно-поликлинической (в том числе, первичной медико-санитарной помощи, медицинской помощи женщинам в период беременности, во время и после родов, специализированной медицинской помощи), стационарной (в том числе первичной медико-санитарной помощи), скорой и скорой специализированной (санитарно-авиационной), высокотехнологичной, санаторно-курортной медицинской помощи», утверждена Номенклатура работ и услуг по оказанию соответствующей медицинской помощи, в которую включены работы и услуги по терапевтической и хирургической косметологии.

Согласно приказу Министерства здравоохранения РФ от 10.04.2001 № 113 «О введении в действие отраслевого классификатора «Простые медицинские услуги» - массаж лица,

чистка кожи лица (комплексный уход за кожей лица) - маски – относятся к простым медицинским услугам и медицинской деятельности. Соответственно для оказания соответствующих услуг необходима лицензия на осуществление медицинской деятельности. В Перечне работ и услуг, осуществляемых в рамках косметологии и подлежащих лицензированию в рамках медицинской деятельности (далее - Перечень) перечислены косметологические работы и услуги, в том числе, пиллинг (кроме фенолового), все виды массажа и на различные области (гигиенический, лечебный, общий спортивный, детский, тонизирующий, пластический, вакуумный, мануальный, медовый, точечный, баночный и другие), депиляции, мезотерапия. Данный Перечень представлен Управлением Росздравнадзора Республики Коми в материалы рекламного дела как методическое руководство, используемое при проведении процедуры косметологических услуг.

Приказом Министерства здравоохранения РФ от 10.04.2001 № 113 установлено, что медицинская услуга - мероприятие или комплекс мероприятий, направленных на профилактику заболеваний, их диагностику и лечение, имеющих самостоятельное законченное значение и определенную стоимость. Простая медицинская услуга - неделимая услуга, выполняемая по формуле «пациент» «специалист» = «один элемент профилактики, диагностики или лечения».

В соответствии со ст. 17 Федерального закона «О лицензировании отдельных видов деятельности» от 08.08.2001 №128-ФЗ (в редакции от 27.12.2009) медицинская деятельность подлежит лицензированию.

Согласно пункту 4 Положения о лицензировании медицинской деятельности, утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации от 22.01.2007 № 30 (в редакции от 07.04.2007, с изменениями и дополнениями, вступающими в силу с 01.01.2009 (далее – Положение) медицинская деятельность предусматривает выполнение работ (услуг) по оказанию доврачебной, амбулаторно-поликлинической, стационарной, высокотехнологичной, скорой и санаторно-курортной медицинской помощи в соответствии с Перечнем согласно приложению к Положению.

В соответствии с п. 10 Положения о лицензировании медицинской деятельности, выданный лицензирующим органом документ, подтверждающий наличие лицензии, должен иметь приложение, содержащее наименование работ, являющееся неотъемлемой частью указанного документа.

В соответствии с Перечнем работ (услуг) при осуществлении медицинской деятельности, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 22.01.2007 № 30) «Об утверждении Положения о лицензировании медицинской деятельности (с изменениями и дополнениями, вступающими в силу с 01.01.2009), подлежат лицензированию работы (услуги) по косметологии (терапевтической).

Общероссийским классификатором услуг населению (ОК 002-93), утвержденным Постановлением Госстандарта Российской Федерации от 28.06.1993 № 163 в редакции от 28.03.2008 к медицинским услугам отнесены услуги, оказываемые косметологическими подразделениями, в том числе услуги косметические (коды 081500 - 0815001).

Классификация услуг, предоставляемых косметологическими поликлиниками, лечебницами и кабинетами (услуг косметических), дана в Общероссийском классификаторе видов экономической деятельности, продукции и услуг (ОК 004-93) в редакции от 01.02.2002, утвержденном Постановлением Госстандарта Российской Федерации от 06.08.1993 № 17 (код 9312406 - массаж головы, шеи, лица).

Из вышеуказанного следует, что на рассматриваемую рекламу распространяются требования п. 7 ст. 7 Закона «О рекламе».

В соответствии со ст. 13 Закона «О рекламе» рекламодатель по требованию рекламораспространителя обязан предоставить документально подтвержденные сведения о соответствии рекламы требованиям настоящего Федерального закона, в том числе сведения о наличии лицензии, об обязательной сертификации, о государственной регистрации. ИП Ламбринаки А.В., как рекламораспространитель, должных мер по контролю, в том числе, учитывая вышеуказанное право требовать у рекламодателя сведения о наличии лицензии, не предприняла.

<...> в письме, представленном в материалы рекламного дела и в ходе его рассмотрения, пояснила, что она является близкой подругой директора ООО «КЦ «Нимфа» и, поскольку, они работают вместе в ГУ «Республиканский центр социальной помощи семье и детям», расположенном по адресу: 167000, Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Маркова, д. 13 и постоянно общаются, то ей было известно, что печать ООО «КЦ «Нимфа» с момента учреждения Общества хранится в ее сейфе в кабинете ГУ «Республиканский центр социальной помощи семье и детям», руководителем которого она является. Иногда, в

случае срочности, с учетом того, что она в курсе дел ООО «КЦ «Нимфа», по просьбе <...> в отсутствие последней, <...> брала из сейфа печать и заверяла копии документов, необходимые для представления в различные организации для заключения договоров в отсутствие доверенности. После открытия ООО «КЦ «Нимфа» возникла необходимость в рекламе, варианты которой они обсуждали. Все контакты с менеджером газеты «PRO город Сыктывкар» по поводу размещения рекламы, велись с <...> в ГУ «Республиканский центр социальной помощи семье и детям» в ее присутствии. Менеджер была ознакомлена с прайс-листом оказываемых ООО «КЦ «Нимфа» услуг. В прайс - листе были прописаны также и те услуги, которые планировалось оказывать после получения ООО «КЦ «Нимфа» лицензии. Однако цены на эти услуги не были установлены и сами услуги до получения лицензии не оказывались. После неоднократных встреч с менеджером и разработки различных вариантов рекламных материалов в конце ноября 2009 года был выбран окончательный вариант рекламы. <...> в тот период времени отсутствовала и ознакомлена с ним не была. Желая ускорить процесс размещения рекламы, ознакомившись с предложенными вариантами, <...> выбрала два из них. В одном из вариантов было указано, что в ООО «КЦ «Нимфа» оказываются услуги по инъекционной биоревитализации. Поскольку работа для получения лицензии уже велась, она решила, что в рекламном объявлении данная информация содержаться может. Кроме того, на учебу в Москву была направлена работником ООО «КЦ «Нимфа» врач - дерматолог, что также послужило поводом к размещению рекламы. При этом она не созванивалась с <...> и не доводила до нее текст выбранных вариантов рекламы, самостоятельно от имени ООО «КЦ «Нимфа» заключила договор на размещение рекламы в газете «PRO город Сыктывкар» в пяти номерах (46-50), которая была ею полностью оплачена в течение ноября-декабря 2009 года. Подпись в договоре она поставила свою, печать достала из сейфа, поставила оттиски печати ООО «КЦ «Нимфа» в необходимых документах и убрала печать обратно в сейф. О рекламе <...> узнала только после ее выхода. При заключении и подписании договора она директором ООО «КЦ «Нимфа» не представлялась, действовала от своего имени, желая помочь своей близкой подруге. Ее полномочия на подписание документов от имени ООО «КЦ «Нимфа» работниками ИП Ламбринаки А.В. не проверялись. Кроме того, за весь период общения с менеджером газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар» вопрос о наличии лицензии у ООО «КЦ «Нимфа» на осуществление медицинской деятельности не вставал, поэтому она полагала, что выбранный работниками газеты вариант рекламы является верным и нарушения рекламного законодательства не содержит.

Согласно письменным пояснениям представителя ИП Ламбринаки А.В., представленным в материалы дела, менеджер встретила с директором ООО «КЦ «Нимфа» в присутствии <...>, последнюю директор Общества рекомендовала в качестве лица, управляющего деятельностью Общества, в том числе и по вопросам рекламы. После этой встречи, менеджер подготовила проект договора между ИП Ламбринаки А.В. и ООО «КЦ «Нимфа», который был передан непосредственно <...>, которая обещала обсудить его с <...>. Затем этот договор, подписанный и заверенный печатью ООО «КЦ «Нимфа» был передан менеджеру <...>. После чего макет спорной рекламы был подготовлен менеджером и согласован.

<...> своим поведением показывала, что у нее имеются полномочия для заключения договора от имени ООО «КЦ «Нимфа». Оплата за размещение рекламы производилась в кассу ИП Ламбринаки А.В. наличными деньгами, которые от имени ООО «КЦ «Нимфа» платила <...>, она же подписывала и акты выполненных работ. Поскольку <...> в качестве уполномоченного должностного лица по вопросам рекламы рекомендовала <...>, то у менеджера ИП Ламбринаки А.В., в данной ситуации, не возникло сомнений в полномочиях <...> по оформлению каких-либо документов.

Комиссией установлено, что распространение рассматриваемой рекламы с нарушением п. 7 ст. 7 Закона «О рекламе» имело место в выпусках газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар»: в № 46 (64) от 21.11.2009, № 49 (67) от 12.12.2009. Реклама, аналогичная рассматриваемой, в которой фраза: «все виды массажа» заменена на фразу: «массаж», размещена в газете «PRO ГОРОД Сыктывкар» в выпуске № 50 (68) от 19.12.2009, что не исключает нарушения рекламного законодательства и не свидетельствует об устранении нарушения рекламного законодательства, поэтому данная реклама является также ненадлежащей и противоречит требованиям п. 7 ст. 7 Закона «О рекламе».

Комиссия в ходе рассмотрения рекламного дела установила, что ООО «КЦ «Нимфа» не совершало действий, повлекших нарушение рекламного законодательства, предусмотренного п. 7 ст. 7 Закона «О рекламе»,

поскольку от имени и в отсутствие, предоставленных ООО «КЦ «Нимфа» законных полномочий на заключение договора о размещении рекламных материалов, по собственной инициативе, при вышеуказанных обстоятельствах, действовала <...>.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение требований п. 7 ст. 7 Закона «О рекламе» произошло по вине <...> и ИП Ламбринаки А.В.

Из материалов рекламного дела № Р 03-02/10 усматривается, что ни <...>, ни ИП Ламбринаки А.В. должных мер по контролю соответствия рассматриваемой рекламы требованиям п. 7 ст. 7 Закона «О рекламе» не принято.

Таким образом, <...> и ИП Ламбринаки А.В. нарушены требования п. 7 ст. 7 Закона «О рекламе».

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела № Р 03-02/09 установлено, что распространение рассматриваемой рекламы к моменту рассмотрения данного рекламного дела прекращено, в связи с чем, Комиссия сочла нецелесообразным выдачу <...> и ИП Ламбринаки А.В. предписания о прекращении нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения рассматриваемой рекламы.

На основании изложенного, руководствуясь п. 4 ст. 3, п. 2 ч. 1, п. 7 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-43,47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, п. 3.55 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе Комиссия Коми УФАС России,

#### РЕШИЛА:

1. Производство по делу в отношении ООО «КЦ «Нимфа» прекратить.
2. Признать рекламу, размещенную в выпусках газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар» в № 46 (64) от 21.11.2009 на странице 13, № 49(67) от 12.12.2009 на странице 13 следующего содержания: «Иньекционная биоревитализация (контурная пластика, мезотерапия и т. д.); новейшая аппаратная косметология лица и тела; все виды пиллингов; все виды массажа; пирсинг; депиляция», а также рекламу, размещенную в выпуске газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар» в № 50 (68) от 19.12.2009 на странице 11, следующего содержания: «Иньекционная биоревитализация (контурная пластика, мезотерапия и т. д.); новейшая аппаратная косметология лица и тела; все виды пиллингов; массаж; пирсинг; депиляция», ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования п. 7 ст. 7 Федерального закона «О рекламе».
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении <...> дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении ИП Ламбринаки А.В. дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 26 апреля 2009 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.