

Резолютивная часть решения оглашена «25» января 2011 г.

В полном объеме решение изготовлено «27» января 2011 г.

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

председатель Комиссии: Хлевчук В.Т. – заместитель руководителя Управления;

члены Комиссии:

Галанина О.В. – специалист-эксперт отдела антимонопольного и рекламного контроля;

Задумкин В.А. – специалист 1 разряда отдела антимонопольного и рекламного контроля;

рассмотрев 25.01.2011 года дело № 142/2010 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы ООО «Кофе Мах» содержащей признаки нарушения части 7 статьи 24 Федерального закона 2006 года №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»),

в отсутствие представителя:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе: ООО «Кофе Мах» (далее – Общество), 162610, Вологодская область, г. Череповец, ул. Ленина, д. 39,

Общество своевременно извещено о месте и времени рассмотрения дела, ходатайств об отложении рассмотрения дела не поступало.

УСТАНОВИЛА:

должностным лицом Управления Федеральной антимонопольной службы по Вологодской области в ходе осуществления государственного контроля по соблюдению законодательства Российской Федерации о рекламе в рекламно – информационном издании «Самый модный журнал Сезон», зима 2009/2010 (далее – Журнал) была выявлена реклама Общества с указанием медицинских услуг предоставляемых специалистами Общества и наименованием лекарственного средства,

В соответствии с частью 7 статьи 24 Закона «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. Данное предупреждение должно составлять не менее пяти процентов рекламной площади.

В данной рекламе предусмотренное законом предупреждение отсутствует.

Следовательно, в указанной рекламе усматриваются признаки нарушения части 7 статьи 24 Закона «О рекламе».

Вышеизложенные обстоятельства послужили основанием для возбуждения настоящего дела.

Из материалов дела следует, что в Журнале на стр. 105 распространялась реклама Общества следующего содержания:

«Формула красоты. Будь молодой! Теперь это просто.»

Контурная пластика (увеличение объема губ, создание выразительного контура, придание губам привлекательной формы, замедление процессов старения, устранение морщин и складок.

Профессиональный пирсинг.

Ботокс (устранение мимических морщин».

Предупреждение о наличии противопоказаний к применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов отсутствует.

Общество в лице Директора Капустина М.О. и ООО «Рекламно – производственный центр «Фолиант – Экспресс» в лице Директора Павловой Л.Н. заключили Договор на оказание рекламных услуг (далее – Договор) №86/10 от 10 ноября 2009 года. Договор подписан Директором Общества Капустиным М.О. и скреплен печатью Общества. Заказчик оплатил заказ.

В соответствии с отраслевым стандартом «Термины и определения системы стандартизации в здравоохранении», утвержденным приказом Министерства здравоохранения Российской Федерации от 22.01.2001 №12, медицинская услуга - это мероприятие или комплекс мероприятий, направленных на профилактику заболеваний, их диагностику и лечение, имеющих самостоятельное законченное значение и определенную стоимость.

Приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 12.07.2004 утверждена Номенклатура работ и услуг в здравоохранении (далее - Номенклатура), целью разработки и внедрения которой является обеспечение единой нормативной базы работ и услуг в здравоохранении на всей территории Российской Федерации, включая протоколы ведения больных, методики выполнения сложных и комплексных медицинских услуг, лицензионные требования и условия, табель оснащения медицинских учреждений.

Согласно Номенклатуре к простым медицинским услугам отнесены внутрикожная контурная пластика (код ПМУ 16.01.044) и пирсинг (код ПМУ 21.01.010).

Ботокс - комплекс ботулинический токсин типа А-гемагглютинин (регистрационный номер: П № 011936/01) - лекарственное средство.

Комиссия, изучив материалы дела, пришла к следующим выводам.

Целями Закона «О рекламе» являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Согласно пункта 1 статьи 3 Закона «О рекламе» под рекламой понимается 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 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 (пункт 2 статьи 3 Закона «О рекламе»).

В целях Закона «О рекламе» рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, рекламопроизводителем - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму, а рекламораспространителем - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (пункты 5 - 7 статьи 3 Закона «О рекламе»).

В соответствии с частью 1 статьи 5 Закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно части 7 статьи 5 Закона «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводится в заблуждение потребитель рекламы.

Данная реклама, формируя интерес к медицинской услуге, не содержит существенной части информации о наличии противопоказаний к применению и использованию услуги, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, таким образом приводит к искажению рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение ею воспользоваться, что может привести к угрозе жизни и здоровью потребителей рекламы.

В соответствии с частью 7 статьи 24 Закона «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. Данное предупреждение должно составлять не менее пяти процентов рекламной площади.

С учетом названных обстоятельств и положений части 7 статьи 5, части 7 статьи 24 Закона «О рекламе» следует признать, что данная реклама не соответствует требованиям Закона «О рекламе».

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Рекламодателем указанной рекламы является Общество.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5, частью 7 статьи 24 Закона «О рекламе».

Основания для прекращения рассмотрения дела отсутствуют.

На основании части 4 статьи 38 Закона «О рекламе» нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37 – 42, 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу ООО «Кофе Мах» распространяющуюся в рекламно – информационном издании «Самый модный журнал Сезон», зима 2009/2010 на стр. 105, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 24 Закона «О рекламе», а именно, отсутствует предусмотренное законом предупреждение и дополнительно части 7 статьи 5 Закона «О рекламе», так как в ней отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

2. Выдать ООО «Кофе Мах» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Вологодской области для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении Общества и его должностного лица.

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

Председатель Комиссии

_____:

В.Т.

Хлевчук

Члены Комиссии:

_____:

О.В.

Галанина

_____:

В.А.

Задумкин