

# РЕШЕНИЕ

По делу № 69/13-2012 по признакам нарушения ООО «Хит» законодательства Российской Федерации о рекламе

20 февраля 2012 года

г. Тула

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тульской области по рассмотрению дел о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе в составе: < --- >, рассмотрев дело в присутствии представителя ООО «Хит» < --- >,

## УСТАНОВИЛА:

Рядом с входом в салон «Picasso» ООО «Хит» (г. Тула, ул. Лейтейзена, дом 3) размещена наружная реклама следующего содержания:

- все виды депиляции;
- татуаж.

Указанная информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке и, в силу статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный Закон «О рекламе»), является рекламой.

Порядком 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, медицинской помощи женщинам в период беременности, во время и после родов, специализированной медицинской помощи), скорой и скорой специализированной (санитарно-авиационной), высокотехнологичной, санитарно-курортной медицинской помощи (утв. Приказом Министерства Социального развития РФ от 10.05.2007г. № 323) определено, что к работам, выполняемым при осуществлении доврачебной медицинской помощи, специализированной медицинской помощи, амбулаторно-поликлинической медицинской помощи, санаторно-курортной помощи, специализированной медицинской помощи относится косметология (терапевтическая).

Косметология - область клинической медицины, основными задачами которой являются изучение причин, клинических проявлений и разработка методов, способов и средств лечения и профилактики деформаций и дефектов покровных тканей лица, тела и конечностей функционально-эстетического характера. (Приказ ЦГСЭН в г. Москве от 30.07.2001 N 839 "О внедрении нормативных документов госсанэпидслужбы г. Москве» (вместе с "Методическими указаниями «Организация и осуществление санитарно-эпидемиологического надзора за лечебно – профилактическими учреждениями (отделениями) косметологического

профиля и косметическими кабинетами» (Мос МУ 2.1.3.001-2001)").

**Татуаж** - процесс нанесения перманентного (стойкого) рисунка на тело, методом местного травмирования кожного покрова с внесением в подкожную клетчатку красящего пигмента.

Татуировки часто используют в косметических целях для ликвидации различных пятен или для нанесения макияжа на лицо — так называемый [перманентный макияж](#) или татуаж. Перманентный макияж губ, в силу того, что наносится на слизистую, которая тоньше обычной кожи, имеет высокую подверженность к выгоранию.

В соответствии с Номенклатурой работ и услуг в здравоохранении (утв. Минздравсоцразвития РФ 12.07.2004г.), к простым медицинским услугам относятся услуги по проведению:

- депиляции (14.01.014 - относится к манипуляциям сестринского ухода),
- татуажа-дермапигментации (17.31.002 - метод электромагнитного воздействия на органы и ткани).

Частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» установлено, что реклама медицинских услуг, в том числе методов лечения, должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, размер которого должен составлять не менее пяти процентов рекламной площади.

В нарушение указанных требований реклама медицинских услуг не содержит установленное Законом предупреждение.

Согласно [пункту 4 статьи 3](#) Федерального закона «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Согласно части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за данное нарушение несет рекламодатель, в данном случае – ООО «Хит» (договор подряда № 1156 от 4 октября 2011 года).

На заседании комиссии по рассмотрению настоящего дела представитель ООО «Хит» < --- > признала нарушение части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», пояснив, что оно допущено неумышленно и будет устранено.

На основании вышеизложенного и в соответствии с пунктом 2 части 1 статьи 33, частями 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

#### **РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащей наружную рекламу ООО «Хит», размещенную рядом с входом в салон «Picasso», поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ООО «Хит» предписание о прекращении размещения рекламы с нарушением требований части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Тульского УФАС России для возбуждения дел об административном правонарушении по статье 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

**Решение изготовлено в полном объеме 24 февраля 2012 г.**

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

## **ПРЕДПИСАНИЕ**

**20 февраля 2012 года**

**г. Тула**

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тульской области по рассмотрению дел о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе в составе: < --- >, на основании своего решения от 20 февраля 2012 года по делу № 69/13-2012 о признании ненадлежащей рекламы медицинских услуг, размещенной рядом с входом в салон «Picasso» ООО «Хит» (г. Тула, ул. Лейтейзена, дом 3) и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный Закон «О рекламе»), пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

### **ПРЕДПИСЫВАЕТ:**

1. ООО «Хит» в десятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства РФ о рекламе, а именно: прекратить размещение рекламы медицинских услуг с нарушением требований части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».
2. ООО «Хит» представить в Тульское УФАС России письменное доказательство исполнения пункта 1 настоящего предписания в 3-дневный срок после его исполнения.

**В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе ФАС России (территориальный орган ФАС России) вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.**

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