

### Р Е Ш Е Н И Е по делу № 64

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

Председателя Комиссии – <...> – руководителя управления и членов Комиссии – <...> – начальника отдела финансовых рынков и рекламы, <...> – ведущего специалиста-эксперта отдела финансовых рынков и рекламы;

в присутствии:

<...> – индивидуального предпринимателя, действующей на основании свидетельства от 08.05.2009 г.

протокол вела <...> – специалист 2 разряда отдела финансовых рынков и рекламы;

рассмотрев дело № 64 по признакам нарушения ИП <...> п. 7 ст. 7, ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г.,

### УСТАНОВИЛА:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением рекламного законодательства Управлением Федеральной антимонопольной службы по Кировской области было установлено, что в печатном издании «Брак&Семья журнал для молодой семьи» № 1 (6) 2012 г. на 61 стр. размещен рекламный модуль с информацией следующего содержания: **«Шелк центр красоты и SPA» г. Киров, ул. Мопра, 26г... консультации врача дерматолога, массаж тела».**

Согласно п. 7 ст. 7 ФЗ «О рекламе» не допускается реклама товаров, на производство и (или) реализацию которых требуется получение лицензий или иных специальных разрешений, в случае отсутствия таких разрешений.

У хозяйствующего субъекта, осуществляющего свою деятельность по адресу г. Киров, ул. Мопра, 26г (салон красоты «Шелк»), отсутствует лицензия на следующие медицинские услуги: «консультации врача дерматолога», «массаж».

На основании изложенного рассматриваемая реклама содержит признаки нарушения п. 7 ст. 7 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 24 Федерального 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.

Размещение рекламы с указанием конкретных медицинских услуг: «массаж», «консультации врача дерматолога» без предупреждения о наличии противопоказаний к их применению и использованию содержит также признаки нарушения ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».

Согласно договору № 72 от 24.02.2012 года, акту № 20/1 от 01.03.2012 г., рекламодателем вышеуказанной рекламной информации является ИП <...>

Согласно ч. 6 ст. 38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение п. 7 ст. 7, ч. 7 ст. 24 несет рекламодатель. Учитывая изложенное, в отношении ИП <...> было возбуждено производство по делу. Рассмотрение дела было назначено на 31.05.2012 г.

ИП <...> на заседание Комиссии не явилась, запрошенные определением документы не представила. Кроме того, в материалах дела отсутствует документ, подтверждающий получение ИП <...> определения о возбуждении дела.

Учитывая тот факт, что для более всестороннего, полного и объективного рассмотрения дела необходимо присутствие ИП <...> а также представление запрошенных документов, Комиссия отложила рассмотрение дела.

Так как, установленный месячный срок для рассмотрения указанного дела истекал 02.06.2012 года, Комиссия продлила рассмотрение дела на 2 месяца до 02.08.2012 г.

На заседании Комиссии ИП <...> факт нарушения рекламного законодательства признала.

Изучив имеющиеся материалы и выслушав всех лиц участвующих в деле, Комиссия установила, что ИП <...> нарушила п. 7 ст. 7, ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».

Выводы комиссии основаны на следующем:

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.

Спорная информация «Центр красоты Шелк», размещенная в журнале «Брак&Семья» № 1 (6) 2012 г. (дата выхода в печать - 23.02.2012 г.) соответствует требованиям ст. 3 Федерального закона «О рекламе» и является рекламной.

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

Ненадлежащей признается реклама, не соответствующая требованиям законодательства РФ.

Согласно п. 7 ст. 7 ФЗ «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 п. 46 ст. 12 Федерального закона от 04.05.2011 № 99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности» медицинская деятельность подлежит лицензированию.

На момент выхода в печать журнала действовало Постановление Правительства РФ от 22.01.2007 № 30 «Об утверждении Положения о лицензировании медицинской деятельности», где закреплен перечень работ и услуг, подлежащих лицензированию. Согласно пункту 3 указанного Постановления, медицинскую деятельность составляют работы (услуги) по перечню согласно [приложению](#), которые выполняются при оказании первичной медико-санитарной, специализированной (в том числе высокотехнологичной), скорой (в том числе скорой специализированной), паллиативной медицинской помощи, оказании медицинской помощи при санаторно-курортном лечении, при проведении медицинских экспертиз, медицинских осмотров, медицинских освидетельствований и санитарно-противоэпидемических (профилактических) мероприятий в рамках оказания медицинской помощи, при трансплантации (пересадке) органов и (или) тканей, обращении донорской крови и (или) ее компонентов в медицинских целях.

По информации Департамента здравоохранения по Кировской области из рекламируемых услуг к медицинской деятельности, подлежащей лицензированию, относятся: «консультации врача дерматолога», «массаж».

При этом хозяйствующему субъекту, осуществляющему свою деятельность по адресу г. Киров, ул. Мопра, 26г (салон красоты «Шелк»), лицензию на медицинскую деятельность Департамент здравоохранения по Кировской области не предоставлял.

На основании изложенного рассматриваемая реклама нарушает п. 7 ст. 7 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 24 Федерального 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.

Согласно Отраслевым стандартам «Термины и определения системы стандартизации в здравоохранении», утвержденным Приказом Минздрава РФ 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.

По информации Департамента здравоохранения Кировской области перечисленные в спорной рекламе услуги: «консультации врача дерматолога», «массаж», относятся к медицинским.

При этом в рекламе отсутствует предупреждение о наличии противопоказаний к применению и использованию указанных медицинских услуг, предусмотренное ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе».

Согласно ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных п. 7 ст. 7, ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе», несет рекламодатель, которым является ИП <...> Нарушение рекламного законодательства произошло по ее вине.

Учитывая то, что на момент рассмотрения дела отсутствовало документальное подтверждение устранения нарушения, Комиссия решила выдать ИП <...> предписание об устранении нарушения рекламного законодательства.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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 ст. 2.4 Кодекса РФ об административных правонарушениях ИП <...> несет административную ответственность как должностное лицо в случае совершения ей административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

Комиссия считает необходимым привлечь индивидуального предпринимателя <...> к административной ответственности.

Руководствуясь ст. 3, ст. 5, ст. 7, ст. 24, ст. 33, ст. 36, ст. 38 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

## **РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащей рекламу следующего содержания: «**«Шелк центр красоты и SPA» г. Киров, ул. Мопра, 26г... консультации врача дерматолога,**

**массаж тела»,** размещенную в журнале «Брак&Семья» № 1 (6) 2012 г., так как она противоречит требованиям п. 7 ст. 7, ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».

2. Признать ИП <...> нарушившей п. 7 ст. 7, ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».

3. ИП <...> выдать предписание об устранении нарушения рекламного законодательства.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 КоАП РФ, в отношении ИП <...>

Решение изготовлено в полном объеме 11 июля 2012 года.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном ст. 198 АПК РФ.

**от "18" июня 2012 г.**

**№ 40**

## **ПРЕДПИСАНИЕ**

### **о прекращении нарушения**

### **законодательства Российской Федерации о рекламе**

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: Председателя Комиссии – <...> и членов Комиссии – <...> на основании своего решения от 18 июня 2012 г. (изготовлено в полном объеме 26.06.2012г.) по делу № 65 по нарушению ООО «Насто» (<...>) п. 7 ст. 7, ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г.,

### **ПРЕДПИСЫВАЕТ:**

**ООО «Насто» в десятидневный срок с момента получения предписания** прекратить нарушение п. 7 ст. 7, ч. 7 ст. 24 Федерального закона РФ «О рекламе», а именно:

- Не допускать распространение любым способом, в любой форме и с использованием любых средств рекламной информации о том, что салон красоты «Инстайл» (г. Киров, Октябрьский пр-т, 124) оказывает услуги: талассотерапии, пирсинга, массажа, косметолога в отсутствие соответствующей лицензии и без требуемого предупреждения о наличии противопоказаний к их применению и использованию.

Информацию об исполнении представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области **в срок до 23.07.2012 года**.

В случае неисполнения предписания в соответствии с п. 2.4 ст. 19.5 Кодекса РФ об административных правонарушениях предусмотрена административная ответственность в виде штрафа: на должностных лиц 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 ст. 198 АПК РФ.