

**ИП Карпичева Ирина Владимировна**

162600, г. Череповец, пр. Победы,  
д. 150/35

**РЕШЕНИЕ № 54/738**

Дело рассмотрено 3 декабря 2008 г.  
Решение изготовлено 15 декабря 2008 г.

г. Вологда

Комиссия Управления ФАС по Вологодской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Хлевчук В.Т. - председатель комиссии, заместитель руководителя Управления;  
Лукова И.С. - ведущий специалист-эксперт отдела антимонопольного и рекламного контроля, член комиссии;  
Докшин М.И. - старший государственный инспектор отдела антимонопольного и рекламного контроля, член комиссии;  
Шишелова С.А. - ведущий специалист-эксперт отдела антимонопольного и рекламного контроля, член комиссии,  
рассмотрев 03.12.2008 г. дело № 54/738 по признакам нарушения ИП Карпичевой И.В. п. 2 ч. 5 ст. 5, ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе»,

**УСТАНОВИЛА:**

В соответствии с договором № 24 от 14.03.2008 г., заключенным между ИП Карпичевой И.В. и ООО «Максимум» на оказание услуг по изготовлению и размещению рекламных материалов, ИП Карпичева И.В., являясь рекламодателем, разместила на стр. 21 журнала «MAXLIVE» (Максимальная жизнь) за октябрь 2008 г. рекламу следующего содержания: «Легкие ноги. Кабинет диагностики, профилактики и уход за ногами. Для лучших людей, кто любит свои ноги. Лечение гипергидроза, глубоких трещин, вросших ногтей. «Genwol» (Геволь)».

На основании п. 2 ч. 3 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначения, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

Данная реклама указывает на услугу кабинета диагностики «Легкие ноги» по лечению гипергидроза.

Также в рекламе указывается на серию средств «Геволь», предназначенных для лечения глубоких трещин, вросших ногтей, уход за диабетической стопой.

Вместе с тем, средство «Геволь», согласно сертификату соответствия № РОСС DE.AE45.B42388 имеет код по ОК 005 (ОКП): 91 5800, что по Общероссийскому классификатору продукции ОК 005-93, утв. Постановлением Госстанарта РФ от 30.12.1993 № 301 (коды 52 0000-98 9934) относится к классу косметической продукции, и не обладает лечебными свойствами, следовательно, рассматриваемая реклама нарушает п. 2 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

На основании п. 6 ч. 5 ст. 5 ФЗ «О рекламе», в рекламе не допускается указание на лечебные свойства, то есть положительное влияние на течение болезни, объекта рекламирования, за исключением такого указания в рекламе лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, изделий медицинского назначения и медицинской техники.

Согласно пояснениям ИП Карпичевой И.В. следует, что препарат «Геволь» не является медицинским средством, так же вся информация о свойствах и назначении средств «Геволь», в том числе и о способах решения проблем, входящих в услугу аппаратного педикюра, была взята с официального Интернет-сайта «Геволь» ([www.gehwol.ru](http://www.gehwol.ru)), что является подтверждением нарушения п. 6 ч. 5 ст. 5 ФЗ «О рекламе», т. к. в рекламе присутствуют указания на лечебные свойства рекламируемого продукта.

В соответствии со ст. 3 ФЗ от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе») рекламой является информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с помощью 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.

Объектом рекламирования является товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимание к которым направлена реклама.

Товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Согласно ст. 3 ФЗ «О рекламе», реклама, несоответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В соответствии с ч. 7 ст. 5 ФЗ «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 вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Информация о том, что продукт «Геволь» является косметическим средством и не является лекарством, следовательно, не обладает лекарственными свойствами, в рекламе не сказано, т. е. в указанной рекламе отсутствует часть существенной информации о продукте, что вводит в заблуждение потребителей рекламы, что является нарушением ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

В силу ч. 6 ст. 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение п. 6 ч. 5 ст. 5, ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе» несет рекламоатель. Таким образом, ИП Карпичева И.В., согласно договора № 24 от 14.03.2008 г. разместила рекламу следующего содержания: «Легкие ноги. Кабинет диагностики, профилактики и уход за ногами. Для лучших людей, кто любит свои ноги. Лечение гипергидроза, глубоких трещин, вросших ногтей. «Genwol» (Геволь)», в которой отсутствует часть существенной информации рекламируемых услуг, искажен смысл представляемой рекламы, также препарат «Геволь» не является лекарственным средством.

На основании вышеизложенного, руководствуясь п. 2 ч. 1 ст. 33, ч. 1 ст. 36 ФЗ «О рекламе» в соответствии с п. 37 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, комиссия

**РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащей рекламу кабинета диагностики, профилактики по уходу за ногами, размещенную на стр. 21 журнала «MAXLIVE» (Максимальная жизнь) за октябрь 2008 г. следующего содержания: «Легкие ноги. Кабинет диагностики, профилактики и

уход за ногами. Для лучших людей, кто любит свои ноги. Лечение гипергидроза, глубоких трещин, вросших ногтей. «Genwol» (Геволь)», а ИП Карпичеву И.В. нарушившей п. 6 ч. 5 ст. 5, ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ИП Карпичевой И.В. предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Вологодского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренной ст. 14.3 КоАП РФ.

Решение может быть обжаловано в суд в трехмесячный срок со дня вынесения решения.

Подача заявления о признании недействительным решения антимонопольного органа не приостанавливает исполнение решения, если судом не будет вынесено определение о приостановлении исполнения решения.

Председатель комиссии

В.Т. Хлевчук

Члены комиссии:

И.С. Лукова  
М.И. Докшин  
С.А. Шишелова