Управление Федеральной антимонопольной службы

по республике Коми

РЕШЕНИЕ

27 июня 2013 года

(изготовление решения в полном объеме)

24 июня 2013 года

(оглашение резолютивной части)

№ 03-01/5580

г. Сыктывкар

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

<…>;

рассмотрев материалы дела № Р 22-05/13, возбужденного в отношении ООО «Город 11» по факту распространения на странице 26 газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар» № 19 (244) от 11.05.2013 рекламы следующего содержания: «• Вечерние укладки • Окраска волос • Уходы лица в косметическом кабинете • Депиляция • Стрижки мужские и женские • Прокол ушей • Маникюр Парикмахерская «Юлия» ул. Петрозаводская, 17 (вход со двора) Телефон в Сыктывкаре: 56-77-09» с признаками нарушения требований ч. 7 ст. 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе),

в присутствии:

- <...>ой (далее – <...>а Ю.В.),

- представителя ИП <...>а (далее – ИП <...> Р.В.) – <...>ой, действующей на

основании доверенности от 11.02.2013,

в отсутствие:

- ООО «Город 11», надлежащим образом извещенного о времени и месте рассмотрения дела, что подтверждается уведомлением о вручении 14.06.2013 почтового отправления № 16700069874000,

УСТАНОВИЛА:

Коми УФАС России в ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе выявлено распространение на странице 26 газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар» № 19 (244) от 11.05.2013 рекламы следующего содержания: «• Вечерние укладки • Окраска волос • Уходы лица в косметическом кабинете • Депиляция • Стрижки мужские и женские • Прокол ушей • Маникюр Парикмахерская «Юлия» ул. Петрозаводская, 17 (вход со двора) Телефон в Сыктывкаре: 56-77-09» (далее – рассматриваемая реклама).

По указанному факту Определением № 03-01/4017 от 15.05.2013 возбуждено дело № Р 22-05/13 по признакам нарушения ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе в отношении ООО «Город 11».

Определением Коми УФАС России № 03-01/4778 от 04.06.2013 о продлении срока и отложении рассмотрения дела № Р 22-05/13 в качестве лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечены ИП <...> Р.В. и <...>а Ю.В.

Из материалов дела № Р 22-05/13 (далее – рекламное дело) усматривается нижеследующее.

В соответствии с п. 1 ст. 3 Закона о рекламе, реклама - 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.

Вышеуказанная информация содержит все правовые признаки рекламы:

- распространена посредством размещения в периодическом печатном средстве массовой информации – газете «PRO ГОРОД Сыктывкар» № 19 (244) от 11.05.2013;

- адресована неопределенному кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования: вечерним укладкам, окраске волос, уходам лица в косметическом кабинете, депиляции, стрижкам мужским и женским, проколу ушей, маникюру, парикмахерской «Юлия», формирование и поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке.

Таким образом, указанная информация, размещенная газете «PRO ГОРОД

Сыктывкар» № 19 (244) от 11.05.2013, является рекламой.

Согласно ч. 7 ст. 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. В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд и должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

Согласно 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.

Из содержания рассматриваемой рекламы усматривается, что она не является явно не относящейся к рекламе медицинских услуг.

Согласно ст. 2 Федерального закона № 323 от 21.11.2011 «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» медицинская услуга - медицинское вмешательство или комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение.

Перечень медицинских услуг утвержден приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 27.12.2011 № 1664н «Об утверждении номенклатуры медицинских услуг».

Номенклатура медицинских услуг представляет собой перечень медицинских услуг, разделенных на два класса: «А» и «В». Класс «А» включает медицинские услуги, представляющие собой определенные виды медицинских вмешательств, направленные на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющие самостоятельное законченное значение. Разделы класса «А» обозначают определенный тип медицинской услуги.

В Номенклатуре медицинских услуг под кодом А14.01.014 зарегистрирована медицинская услуга «проведение депиляции», под кодом А21.01.008 - «прокол мочек ушей».

В ходе рассмотрения рекламного дела <...>а Ю.В. пояснила, что в парикмахерской «Юлия» проводится депиляция воском.

Под депиляцией понимают удаление видимой накожной части волос, так называемого стержня волоса. Существует несколько видов депиляции, в том числе депиляция воском (www.medcentergoroda.ru). Депиляция воском, восковая

депиляция или ваксинг – метод удаления волос с помощью тягучей массы на основе воска (http://epilation-depilation.ru/waxing.html).

Проведение депиляции, в том числе воском имеет ряд противопоказаний:

- наличие в зоне депиляции: тромбофлебита, трофических язв, очагов нейродермита, псориаза, экземы и других кожных болезней, ссадин, ран, ожогов, невусов, папиллом и других новообразований, гнойничковых заболеваний, фурункулёза;

- нарушение свёртываемости крови;

- механические повреждения кожи (порезы, царапины, раны);

- предрасположенность к образованию келоидных рубцов;

- эпилепсия, нервно – психические заболевания;

- инфекционные заболевания;

- беременность (sugaring.su/node/51; http://epilation-depilation).

С учетом изложенного, рассматриваемая реклама должна распространяться с соблюдением требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

Рассматриваемая реклама не содержит ни одного из предусмотренных ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе видов предупреждений.

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

При таких обстоятельствах, рассматриваемая реклама размещена в нарушение требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение требований, установленных ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе, согласно частям 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе, несут и рекламодатель, и рекламораспространитель.

Согласно ч. 8 ст. 38 Закона о рекламе, рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в частях 6, 7 настоящей статьи, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе, рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В силу п. 7 ст. 3 Закона о рекламе, рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно п. 6 ст. 3 Закона о рекламе, рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Из письменной информации, представленной лицами, участвующими в деле, в материалы рекламного дела, следует, что содержание рассматриваемой рекламы определено рекламодателем – <...>ой Ю.В., реклама согласована при заказе устно, рекламопроизводителем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ИП <...> Р.В.; реклама распространялась в четырех номерах газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар» (№ 18, № 19, № 20, № 21) в период с 04.05.2013 по 25.05.2013 на территории г. Сыктывкара.

Учредителем газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар», согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ 11-0043 от 01.10.2009, является ООО «Город 11».

Лицами, участвующими в деле, в материалы рекламного дела представлены копии договора купли-продажи печатных площадей (полос) № 2 от 01.03.2013, заключенного между ООО «Город 11» и ИП <...>ым Р.В., и приложений к нему: заявок на печатные площади (полосы), актов приема-передачи печатных площадей.

Согласно договору купли-продажи печатных площадей (полос) № 2 от 01.03.2013, ООО «Город 11» (продавец) передает в собственность, а ИП <...> Р.В. (покупатель) принимает и оплачивает в срок печатную площадь в газете «PRO ГОРОД Сыктывкар», принадлежащую продавцу на праве собственности. Покупатель вправе использовать печатные площади по своему усмотрению, в том числе вправе продать их третьим лицам без согласия продавца, а также размещать рекламу третьих лиц. Необходимое покупателю количество печатных площадей указывается в направляемой им продавцу письменной заявке. В день выхода тиража газеты стороны подписывают акт приема-передачи печатных площадей. С этого момента право собственности на печатные площади переходит к покупателю.

Согласно актам приема-передачи печатных площадей от 04.05.2013, от 11.05.2013, от 18.05.2013, от 21.05.2013, ООО «Город 11» (продавец) передал, а ИП <...> Р.В. (покупатель) принял печатные площади газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар» № 18 от 04.05.2013, № 19 от 11.05.2013, № 20 от 18.05.2013, № 21 от 25.05.2013.

В материалах рекламного дела имеется копия заявки от 30.04.2013, поданной <...>ой Ю.В. на имя ИП <...>а Р.В. на производство и размещение рекламных материалов, а также копия акта № 00000668 от 27.05.2013, подписанного со стороны ИП <...>а В.В. и <...>ой Ю.В., согласно которому услуги по размещению рекламы в газете «PRO ГОРОД Сыктывкар» № 18, № 19, № 20, № 21 выполнены полностью и в срок, заказчик (<...>а Ю.В.) претензий по объему, качеству и срокам оказания услуг не имеет.

Из материалов рекламного дела усматривается, что **рекламодателем** рассматриваемой рекламы является **<...>а Ю.В.**, **рекламораспространителем и рекламопроизводителем – ИП <...> Р.В.**

В письменных пояснениях, представленных в материалы рекламного дела, <...>а Ю.В. указала, что она является владельцем рекламируемой парикмахерской, в которой оказываются косметические услуги: маски для лица, массаж лица, гигиеническая чистка лица, окраска бровей и ресниц, депиляция, а также парикмахерские услуги.

В материалах рекламного дела имеется копия уведомления о начале предпринимательской деятельности, поданного 27.03.2013 индивидуальным предпринимателем <...>ой Ю.В. в Управление Роспотребнадзора по Республике Коми, согласно которому в парикмахерской, косметическом кабинете «Юлия» по адресу: 167005, г. Сыктывкар, ул. Петрозаводская, д. 17 предоставляются услуги парикмахерских и салонов красоты, в том числе: гигиеническая чистка лица, питательные маски для лица и шеи, массаж лица и шеи, комплексный уход за кожей лица (чистка, массаж, маска, макияж), гигиенический массаж, смягчение кожи, парафиновые укутывания кистей рук, смягчающие, тонизирующие ванночки и массаж ног, услуги по проведению татуажа, пилинга, пирсинга, услуги по уходу за телом, массажу тела, криомассажу, эпиляции тела, татуировке, бодиарту.

<...>ой Ю.В. в материалы рекламного дела представлена копия сертификата А № 4372105, согласно которому ей присвоена специальность «сестринское дело в косметологии».

В соответствии с выпиской из ЕГРИП от 18.06.2013, основным видом экономической деятельности индивидуального предпринимателя <...>ой Ю.В. является предоставление услуг парикмахерскими и салонами красоты.

Согласно выписке из ЕГРИП от 18.06.2013, основным видом экономической деятельности ИП <...>а Р.В. является рекламная деятельность, дополнительным – издательская деятельность.

Из вышеизложенного следует, что рассматриваемая реклама размещена <...>ой Ю.В. и ИП <...>ым Р.В. с целью получения ими прибыли от экономической деятельности, что отвечает целям предпринимательской деятельности.

В письменных пояснениях, представленных в материалы рекламного дела, а также в пояснениях, данных в ходе рассмотрения рекламного дела, <...>а Ю.В. указала, что рекламу она заказала с целью привлечения клиентов в парикмахерскую «Юлия», в связи с тем, что заказывала рекламу в первый раз, она не учла требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе и не настояла на внесении в нее предупреждающей надписи, о чем в данный момент сожалеет.

Согласно письменным пояснениям, представленным ИП <...>ым Р.В. в материалы рекламного дела, причиной распространения рассматриваемой рекламы без учета требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе явилось ненадлежащее отношение рекламораспространителя к своим обязанностям.

Комиссией в ходе рассмотрения дела № Р 22-05/13 установлено, что нарушение требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе произошло как по вине рекламодателя <...>ой Ю.В., так и по вине рекламораспространителя и рекламопроизводителя ИП <...>а Р.В.

Из материалов рекламного дела № Р 22-05/13 усматривается, что <...>ой Ю.В. на стадии заказа и ИП <...>ым Р.В. - на стадии производства и распространения рассматриваемой рекламы должных мер по контролю соответствия рекламы требованиям Закона о рекламе не принято, что и привело к рассматриваемому нарушению.

Таким образом, <...>ой Ю.В. и ИП <...>ым Р.В. нарушены требования ч. 7 ст. 24

Закона о рекламе.

Поскольку вина ООО «Город 11» в нарушении требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе Комиссией не установлена, дело № Р 22-05/13 в отношении ООО «Город 11» подлежит прекращению.

Из материалов рекламного дела следует, что территория распространения рассматриваемой рекламы - г. Сыктывкар, период распространения рекламы – с 04.05.2013 по 25.05.2013.

В ходе рассмотрения рекламного дела 24.06.2013 <...>а Ю.В. пояснила, что в настоящее время рассматриваемая реклама размещается в газете «PRO ГОРОД Сыктывкар» с соблюдением требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе. Однако доказательств данного в материалы рекламного дела не представлено. В связи с чем, на дату принятия Комиссией решения в материалах рекламного дела отсутствуют доказательства прекращения распространения ненадлежащей рекламы.

В связи с изложенным, Комиссия приходит к выводу о необходимости выдачи ИП <...>у Р.В. и <...>ой Ю.В. предписаний о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы.

На основании изложенного, руководствуясь п. 4 ст. 3, п. 2 ч. 1 ст. 33, п. 7 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37 – 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, п. 3.55 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного Приказом ФАС России от 28.12.2007 № 453,

Р Е Ш И Л А:

1. Признать рекламу следующего содержания: «• Вечерние укладки • Окраска волос • Уходы лица в косметическом кабинете • Депиляция • Стрижки мужские и женские • Прокол ушей • Маникюр Парикмахерская «Юлия» ул. Петрозаводская, 17 (вход со двора) Телефон в Сыктывкаре: 56-77-09», распространенную на странице 26 газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар» № 19 (244) от 11.05.2013, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

2. Производство по делу № Р 22-05/13 в отношении ООО «Город 11» прекратить.

3. Выдать ИП <...>у Р.В. предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения указанной в пункте 1 Решения ненадлежащей рекламы.

4. Выдать <...>ой Ю.В. предписание о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения указанной в пункте 1 Решения ненадлежащей рекламы.

5. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении ИП <...>а Р.В. дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

6. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении <...>ой Ю.В. дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 27 июня 2013 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Управление Федеральной антимонопольной службы

по республике Коми

ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

27 июня 2013 года

№ 03-01/5581

Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в составе:

<…>;

на основании своего Решения от 27.06.2013 по делу № Р 22-05/13 о признании ненадлежащей рекламы следующего содержания: «• Вечерние укладки • Окраска волос • Уходы лица в косметическом кабинете • Депиляция • Стрижки мужские и женские • Прокол ушей • Маникюр Парикмахерская «Юлия» ул. Петрозаводская, 17 (вход со двора) Телефон в Сыктывкаре: 56-77-09», распространенной на странице 26 газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар» № 19 (244) от 11.05.2013, поскольку в ней нарушены требования ч. 7 ст. 24 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 «О рекламе», в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. <…>, в десятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: распространение в газете «PRO ГОРОД Сыктывкар» рекламы следующего содержания: «• Вечерние укладки • Окраска волос • Уходы лица в косметическом кабинете • Депиляция • Стрижки мужские и женские • Прокол ушей • Маникюр Парикмахерская «Юлия» ул. Петрозаводская, 17 (вход со двора) Телефон в Сыктывкаре: 56-77-09» в нарушение требований ч. 7 ст. 24 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 «О рекламе».

2. <…>, представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания **до 19 июля 2013 г.**

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

Управление Федеральной антимонопольной службы

по республике Коми

ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

27 июня 2013 года

№ 03-01/5582

Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в составе:

<…>;

на основании своего Решения от 27.06.2013 по делу № Р 22-05/13 о признании ненадлежащей рекламы следующего содержания: «• Вечерние укладки • Окраска волос • Уходы лица в косметическом кабинете • Депиляция • Стрижки мужские и женские • Прокол ушей • Маникюр Парикмахерская «Юлия» ул. Петрозаводская, 17 (вход со двора) Телефон в Сыктывкаре: 56-77-09», распространенной на странице 26 газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар» № 19 (244) от 11.05.2013, поскольку в ней нарушены требования ч. 7 ст. 24 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 «О рекламе», в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Индивидуальному предпринимателю <…>, в десятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства

Российской Федерации о рекламе, а именно: распространение в газете «PRO ГОРОД Сыктывкар» рекламы следующего содержания: «• Вечерние укладки • Окраска волос • Уходы лица в косметическом кабинете • Депиляция • Стрижки мужские и женские • Прокол ушей • Маникюр Парикмахерская «Юлия» ул. Петрозаводская, 17 (вход со двора) Телефон в Сыктывкаре: 56-77-09» в нарушение требований ч. 7 ст. 24 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 «О рекламе».

2. Индивидуальному предпринимателю <…>, представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания **до 19 июля 2013 г.**

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностное лицо административный штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей.

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