

ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА  
Управление по Кировской области

610019, г. Киров обл., ул. К.Либкнехта, 69, тел. 64-73-31

от "13" июля 2011 г.

г. Киров

РЕШЕНИЕ

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 – <.....> – вед. специалиста-эксперта отдела финансовых рынков и рекламы, <.....> – вед. специалиста-эксперта отдела финансовых рынков и рекламы, в отсутствии:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства - ИП П<.....> надлежащим образом извещенной о дате, месте и времени рассмотрения дела.

заявителя – <.....>, надлежащим образом извещенной о дате, месте и времени рассмотрения дела.

протокол вела <.....> – специалист 3 разряда отдела товарных рынков и естественных монополий;

рассмотрев дело № 43 по признакам нарушения ИП Пе<.....> п. 7 ст. 7, ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г.,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области обратилась <.....> с заявлением о нарушении рекламного законодательства при размещении в газете «Бизнес новости в Кирове» рекламы центра красоты «Пляж».

По мнению заявителя нарушение заключается в следующем:

В газете «Бизнес новости в Кирове» № 16 (123) от 25.04.2011 г. размещена рекламная информация следующего содержания: «**Центр красоты «Пляж». День открытых дверей. Скидка на все услуги 25-50 % 5 мая, 20 мая...косметолог: эпиляция, ультразвуковая чистка, ультразвуковой лифтинг, дарсонваль (для лица, головы), микротоки...режим работы: с 9:00 до 20:00 (ежедневно) ул. Свободы, 70 (в здании кафе «Ботаник») тел.: 38-38-09, 38-38-20**». При этом, указаны цены на услуги до и после снижения.

По мнению заявителя, в рекламной информации не содержится указание на возможные противопоказания при прохождении данных процедур, указание на необходимость консультации специалиста, т.е. в данном случае нарушается требование ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с ч. 7 ст. 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**.

Опубликование рекламного модуля с указанием конкретных медицинских услуг без предупреждения о наличии противопоказаний к их применению и использованию содержит признаки нарушения ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».

Кроме того, по информации Департамента здравоохранения Кировской области центру красоты «Пляж» лицензия на рекламируемые медицинские услуги: ультразвуковая чистка, ультразвуковой лифтинг, дарсонваль (для лица, головы), микротоки, не выдавалась.

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.

Оценив рекламную информацию, антимонопольный орган пришел к выводу, что спорная реклама содержит также признаки нарушения п. 7 ст. 7 ФЗ «О рекламе».

Согласно договору № 6/63 от 22.10.2010 года рекламодателем вышеуказанной рекламной информации является индивидуальный предприниматель <.....>.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 ФЗ «О рекламе», ответственность за нарушение п. 7 ст. 7 и ч. 7 ст. 24 Закона несет рекламодатель.

Учитывая изложенное, в отношении ИП П<.....> возбуждено производство по делу.

О дате, месте и времени рассмотрения дела ИП П<.....> извещена надлежащим образом, что подтверждается ее подписью в определении о назначении дела № 43.

До заседания Комиссии, назначенного на 13.07.2011 года, от ИП <.....> поступило заявление, в котором она поясняет следующее: <.....>

Изучив имеющиеся документы, Комиссия установила, что ИП П<.....> нарушена 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.**

Информация, размещенная в газете «Бизнес новости в Кирове» № 16 (123) от 25.04.2011 г. о центре красоты «Пляж» соответствуют 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.

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.

Целью размещения в рекламе предупредительной информации такого рода, является обеспечение правильного приема лекарственных препаратов, получения медицинских услуг и надлежащей эксплуатации медицинской техники.

Отраслевой стандарт «Термины и определения системы стандартизации в здравоохранении», утвержденный Приказом Министерства здравоохранения Российской Федерации от 22.01.2001 № 12, определяет понятие медицинской услуги, как мероприятие или комплекс мероприятий, направленных на профилактику заболеваний, их диагностику и лечение, имеющих самостоятельное законченное значение и определенную стоимость.

Согласно Общероссийскому классификатору услуг населению (утв. Постановлением Госстандарта РФ от 28.06.1993 г. № 163 в ред. от 28.03.2008) вышеперечисленные услуги относятся к **МЕДИЦИНСКИМ**.

Как видно из материалов дела, рекламный модуль направлен на привлечение внимания к таким медицинским услугам как: ультразвуковая чистка, ультразвуковой лифтинг, дарсонваль (для лица, головы), микротоки, т.е. содержит приглашение на получение данных услуг. Рассматриваемая реклама является ненадлежащей, так как в ней отсутствует необходимое предупреждение, установленное ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе» для рекламы медицинских услуг.

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.

По информации Департамента здравоохранения Кировской области для оказания услуг по ультразвуковой чистке лица, ультразвуковому лифтингу, применению токов Дарсонваль для лица и головы, микротоковой терапии необходимо наличие лицензии на медицинскую деятельность при осуществлении амбулаторно-поликлинической медицинской помощи, в том числе: при осуществлении специализированной медицинской помощи по физиотерапии или косметологии терапевтической.

При этом, центру красоты «Пляж», лицензию на медицинскую деятельность Департамент здравоохранения Кировской области, не предоставлял.

На основании вышеизложенного, спорная реклама размещена также с нарушением требований п. 7 ст. 7 Федерального закона «О рекламе».

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

Учитывая то, что спорная реклама была размещена только в одном номере газеты, антимонопольный орган считает возможным не выдавать ИП <.....> предписание об устранении нарушения рекламного законодательства.

Руководствуясь ст. 3, 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, размещенную в газете «Бизнес новости в Кирове» № 16 (123) от 25.04.2011 г. следующего содержания: **«Центр красоты «Пляж». День открытых дверей. Скидка на все услуги 25-50 % 5 мая, 20 мая... косметолог: эпиляция, ультразвуковая чистка, ультразвуковой лифтинг, дарсонваль (для лица, головы), микротоки...режим работы: с 9:00 до 20:00 (ежедневно) ул. Свободы, 70 (в здании кафе «Ботаник») тел.: 38-38-09, 38-38-20»**, 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 <.....> не выдать предписание об устранении нарушения рекламного законодательства.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в трехмесячный срок.

Решение изготовлено в окончательной форме 27.07.2011 года.

Председатель Комиссии

<.....>

Члены Комиссии

<.....>

<.....>