

РЕШЕНИЕ

по делу № 345/2010-Р

«01» декабря 2010г.

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

председатель Комиссии: Луканцов В.В., руководитель;

члены Комиссии: Диманд Р.В., Дзвин К.А., Колупаева Е.В., Казенина Ю.А.,

рассмотрев дело № 345/2010-Р по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения ООО «Центра красоты и здоровья» рекламы, содержащей признаки нарушения части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе» в присутствии представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО «Центр красоты и здоровья» (<...>) – <...>

УСТАНОВИЛА:

В ходе проведения контрольного мероприятия по проверке соблюдения требований рекламного законодательства ЗАО «Видиком – Медиа» выявлены признаки нарушения рекламного законодательства.

Нарушение выразилось в распространении на каналах «ТВ-3», «Домашний», «ДТВ», «МузТВ» рекламы «Центр красоты и здоровья «Ботаника», содержащей признаки нарушения части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с Договором № 18И на оказание рекламных услуг, реклама «Центра красоты и здоровья «Ботаника» (ООО «Центр красоты и здоровья») распространялась в период с 25.03.2010г. по 25.05.2010г.

Рассматриваемая реклама содержит аудио (*Ботаника, волшебный мир ваших грез и желаний. Мы знаем, что нужно именно Вам. Мы создаем красоту и успех. Ботаника*) и видео ряд (на общем плане помещений «Центра красоты и здоровья «Ботаника», (*Парикмахерские услуги, массаж, гидромассаж, обертывание, маникюр, педикюр, косметология, фитнес-студия. «Центр красоты и здоровья «Ботаника», Новоселов, д. 37, тел.: 90-83-66*).

Наряду с иной информацией видео ряд содержит информацию, направленную на привлечение внимания потребителей рекламы к услуге массажа.

Данная информация является рекламой, т.к. соответствует критериям рекламы, указанным в ст. 3 ФЗ «О рекламе». Реклама направлена на привлечение внимания потребителей рекламы к рекламодателю, его деятельности, а также к оказываемым услугам.

В соответствии с Приказом Министерства здравоохранения РФ от 10.04.2001г. № 113 «О введении в действие отраслевого классификатора «Простые медицинские услуги» массаж (код – 21) является медицинской услугой.

ООО «Центр красоты и здоровья» в представленных объяснениях пояснил, что, при размещении рекламы своей деятельности обществом были допущены ошибки в связи с некомпетентностью в данном вопросе.

ЗАО «Видиком-Медиа» в своих объяснениях пояснило следующее. Реклама массажа в «Центре красоты и здоровья «Ботаника» действительно нами распространялась без предупреждения о наличии возможных противопоказаний, считая, что данный массаж, согласно Общероссийского классификатора услуг населению ОК 002-93 (утвержден постановлением, Госстандарта России № 163 от 28 июня 1993г.), относится к прочим бытовым услугам (код 019201), поскольку не проводится в медицинских или косметологических целях.

Комиссия отклонила указанные доводы на основании следующего.

В письме Министерства экономического развития Российской Федерации от 24.09.2009г. № Д05-4535, установлено, что в соответствии с Номенклатурой работ и услуг в здравоохранении, утвержденной заместителем Министра здравоохранения и социального развития Российской Федерации В.И. Стародубовым 12.07.2004г., к простым медицинским услугам отнесены следующие виды услуг, относящиеся к типу услуг "Лечение с помощью простых физических воздействий на пациента (массаж, иглорефлексотерапия, мануальная терапия)" (код А 21).

Для осуществления работ по проведению массажа требуется получение лицензии на осуществление медицинской деятельности в соответствии с Федеральным законом от 08.08.2001 N 128-ФЗ "О лицензировании отдельных видов деятельности".

Лицензия на осуществление медицинской деятельности, в том числе, при осуществлении медицинского массажа, у ООО «Центр красоты и здоровья» имеется.

В соответствии с частью 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе» реклама лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, медицинской техники должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению или получения консультации специалистов. Рассматриваемая реклама подобного предупреждения не содержит.

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В соответствии со статьей 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за данное нарушение несет и рекламодатель и рекламораспространитель.

Рекламодателем данной рекламы является ООО «Центр красоты и здоровья» <...>;

Рекламораспространителем – ЗАО «Видиком – Медиа» <...>

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу ООО «Центр красоты и здоровья» («Центр красоты и здоровья «Ботаника» ... массаж, гидромассаж...), распространяемую на телеканалах «ТВ-3», «Домашний», «ДТВ», «МузТВ», поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

2. В связи с истечением срока действия договора на распространение рассматриваемой (ненадлежащей) рекламы предписание не выдавать.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Рязанского УФАС России для возбуждения дел об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 13 декабря 2010г. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.