

ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

Управление по Кировской области

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

от "02" августа 2010 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 –<.....> – зам. руководителя управления и членов Комиссии –<.....> – начальника отдела финансовых рынков и рекламы, <.....> – вед. специалиста-эксперта отдела финансовых рынков и рекламы,

в присутствии:

<.>... – индивидуального предпринимателя <>;

в отсутствие заявителя –<.....> надлежащим образом извещенной о дате, месте и времени рассмотрения дела, просила рассмотреть в ее отсутствие;

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

рассмотрев, по заявлению < >, дело № 24 по признакам нарушения ИП <.....> > п. 7 ст. 7 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 года № 38-ФЗ,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области 10.06.2010 для рассмотрения по существу поступило заявление гражданки >.....> по поводу нарушения Центром красоты и здоровья «Стрекоза» действующего законодательства в части рекламирования методики биоармирования или векторного лифтинга, применяемой в области косметологии, при отсутствии соответствующей лицензии на осуществление медицинской деятельности.

В результате рассмотрения заявления и запрошенных у рекламодателя документов было установлено следующее.

В номерах газеты «proГород» от 22.05.2010 № 21 (326) на 12 странице и от 05.06.2010 № 23 (328) на 14 странице была опубликована рекламная статья под названием «Стань моложе на 10 лет!». В указанной статье рекламировался метод биоармирование или векторный лифтинг, о применении которого консультирует врач дерматокосметолог <.....> В конце статьи указывалось название «Центр красоты и здоровья «Стрекоза», адрес .

Методика биоармирования или векторного лифтинга, применяется в области косметологии.

В соответствии с Положением о лицензировании медицинской деятельности, утвержденным Постановлением Правительства РФ от 22.01.2007 № 30, услуги по косметологии терапевтической и хирургической относятся к медицинской деятельности и подлежат обязательному лицензированию.

Центр красоты и здоровья «Стрекоза», а также лица, осуществляющие деятельность по адресу: ...лицензии на осуществление медицинской деятельности в области косметологии не имеют.

Таким образом Центр красоты и здоровья «Стрекоза» рекламировал медицинский метод, на применение которого у него отсутствуют законные основания.

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

За нарушение требований п. 7 ст. 7 в соответствии с ч. 6 ст. 38 ФЗ «О рекламе» ответственность несет рекламодатель. Рекламодателем является ИП <.....> . Данный факт подтверждается договором № 56 от 11.01.2010 и актами № 00001127 от 24.05.2010 и № 00001381 от 07.06.2010.

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

На заседании Комиссии 03.08.2010 по данному делу ИП <.....> нарушение законодательства о рекламе признал.

Изучив имеющиеся документы и заслушав доводы ответчика, Комиссия установила, что ИП<.....>нарушен п. 7 ст. 7 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 номерах газеты «proГород» от 22.05.2010 № 21 (326) на 12 странице и от 05.06.2010 № 23 (328) на 14 странице с названием «Стань моложе на 10 лет!» соответствует требованиям ст. 3 и является рекламой, служит для привлечения внимания потребителей к Центру красоты и здоровья «Стрекоза» и оказываемым им услугам, направлено на продвижение их на рынке.

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 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама товаров (работ, услуг), на производство и (или) реализацию которых требуется получение **лицензий** или иных специальных разрешений, в случае отсутствия таких разрешений.

Смысловое содержание статьи построено и воспринимается потребителями таким образом, что у последних не возникает никакого сомнения о том, в каком центре можно получить процедуру биоармирования. В рассматриваемом случае, таким местом является Центр красоты и здоровья «Стрекоза».

Методика биоармирования или векторного лифтинга, применяется в области косметологии. В соответствии с Положением о лицензировании медицинской деятельности, утвержденным Постановлением Правительства РФ от 22.01.2007 № 30, услуги, в том числе консультирование, по косметологии терапевтической и хирургической относятся к медицинской деятельности и подлежат обязательному лицензированию.

Центр красоты и здоровья «Стрекоза», а также лица, осуществляющие деятельность по адресу: ицензии на

осуществление медицинской деятельности в области косметологии не имеют (ответ Департамента здравоохранения Кировской области от 30.06.2010 № 4108-41-01-03 на запрос от 24.06.2010 № 1324/04). Не имеет такой лицензии и врач дерматокосметолог <.....> консультирующая о вышеуказанном методе и фигурирующая в рекламе.

Ссылка <.....> на то, что в Центре красоты и здоровья «Стрекоза» осуществляется лишь запись на процедуры, оказываемые в ООО «Альба Дент», не может быть принята во внимание, так как в рекламе какое-либо упоминание о данном хозяйствующем субъекте отсутствует.

Кроме того, согласно ответу Департамента здравоохранения Кировской области, ООО «Альба Дент», имея лицензию на оказание услуг в области косметологии, может предоставлять специалистов для оказания услуг в стороннюю организацию при условии, если у такой организации имеется разрешение на осуществление медицинской деятельности в указанной области. Как было указано выше такая лицензия у Центра красоты и здоровья «Стрекоза», а также лиц, осуществляющих деятельность по адресу: г. Киров, ул. Свободы, 125, отсутствует.

Таким образом, рекламная статья «Стань моложе на 10 лет!» о методе биоармирования или векторного лифтинга размещена с нарушением п. 7 ст. 7 Федерального закона «О рекламе».

Указанная информация относится к содержанию рекламы.

За нарушение требований п. 7 ст. 7 в соответствии с ч. 6 ст. 38 ФЗ «О рекламе» ответственность несет рекламодатель. Рекламодателем является ИП <.....>. Данный факт подтверждается договором № 56 от 11.01.2010 и актами № 00001127 от 24.05.2010 и № 00001381 от 07.06.2010.

Все вышеуказанное позволяет сделать вывод, что нарушение рекламного законодательства произошло по вине ИП <.....>.

Учитывая тот факт, что ненадлежащая реклама в настоящий момент не размещается, Комиссия решила предписание об устранении нарушения законодательства о рекламе не выдавать.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ 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 им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

Комиссия считает необходимым привлечь ИП <.....> к административной ответственности.

Руководствуясь ст. 3, ст. 5, п. 7 ст. 7, 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 номерах газеты «роГород» от 22.05.2010 № 21 (326) на 12 странице и от 05.06.2010 № 23 (328) на 14 странице с названием «Стань моложе на 10 лет!», содержащую информацию о применяемом методе косметологии: биоармирование или векторный лифтинг, так как она противоречит требованиям п. 7 ст. 7 Федерального закона «О рекламе».

2. Признать ИП <.....> нарушившим п. 7 ст. 7 Федерального закона «О рекламе».

3. Предписание об устранении нарушения рекламного законодательства ИП <.....>. не выдавать.

5. Передать материалы дела ведущему специалисту - эксперту Кировского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 КоАП РФ, в отношении ИП <.....>.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в трехмесячный срок.

Решение изготовлено в окончательной форме 17.08.2010 года.

Председатель Комиссии <.....>

Члены Комиссии <.....>

<.....>