

РЕШЕНИЕ

"06" апреля 2012 г.

г.Брянск

Комиссия Брянского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии:

<...> – руководитель Брянского УФАС России,

члены Комиссии:

<...>. – зам.начальника отдела естественных монополий и рекламы,

<...> – ведущий специалист-эксперт отдела естественных монополий и рекламы;

рассмотрев дело № 47 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, выразившееся в размещении рекламы медицинских услуг, без указания о необходимости консультации специалиста и имеющихся противопоказаниях, в которой содержатся признаки нарушения части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе»,

в присутствии представителя по доверенности ИП – <...>

УСТАНОВИЛА:

Специалистами Брянского УФАС России в марте 2012г. на рекламном щите расположенном в здании «Дом быта» расположенного по адресу: г.Брянск, пр-т Ленина, 67, каб. 119 обнаружена рекламная информация о предоставлении услуг «Парикмахерской» (Мужской зал.... Женский зал Прокалывание ушей ... Массаж).

Массаж и прокол мочек ушей являются простой медицинской услугой (в соответствии с отраслевым классификатором "Простые медицинские услуги", утвержденного Приказом Минздрава России от 10.04.2001 N 113 в разделе 01.04.02 Характеристика типовых разделов ОК ПМУ определены простые медицинские услуги, которые относятся к типовому разделу. ОК ПМУ. Разделом 21 определено ЛЕЧЕНИЕ С ПОМОЩЬЮ ПРОСТЫХ ФИЗИЧЕСКИХ ВОЗДЕЙСТВИЙ НА ПАЦИЕНТА (МАССАЖ, ИГЛОРЕФЛЕКСОТЕРАПИЯ, МАНУАЛЬНАЯ ТЕРАПИЯ).

В данной рекламе содержатся признаки нарушения ч. 7 ст. 24 ФЗ от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе», в соответствии с которой, реклама лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, медицинской техники должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению или использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. При рекламировании данной медицинской услуги – «МАССАЖ» и «Прокол мочек ушей» должны быть соблюдены требования части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ "О рекламе".

В нарушение данного требования текст рекламы не сопровождается предупреждением о наличии противопоказаний к их применению или получения консультации специалиста.

В соответствии со статьей 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; объект рекламирования - 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. Таким образом, данная реклама направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, услугах предлагаемых салоном «Парикмахерская».

В соответствии со статьей 33 Закона «О рекламе» антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный контроль за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе, предупреждает, выявляет и пресекает нарушения физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации. При рекламе салона «Парикмахерская» выявлена реклама медицинских услуг несоответствующая требованиям законодательства о рекламе.

Лицом осуществляющим предпринимательскую деятельность парикмахерской (на основании договора аренды) является ИП

В соответствии с п. 6 ст.38 Федерального закона «О рекламе» №38-ФЗ от 13.03.2006г. ответственность за нарушение требований части 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель, т.е. лицо определившее содержание рекламы и объект рекламирования. В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ "О рекламе" являющийся рекламодателем - индивидуальный предприниматель

На момент подписания протокола данное нарушение устранено.

На основании изложенного Комиссия пришла к следующим выводам:

1. Данная информация является рекламной, т.к. направлена на привлечение внимание к услугам и видам деятельности оказываемым в парикмахерской.
2. рекламная информация содержит признаки нарушения части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ "О рекламе".
3. Рекламодателем и ответственным лицом является индивидуальный предприниматель Петров В.В.

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 салона «Парикмахерская» деятельность в которой осуществляет ИП <...>, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ "О рекламе".
2. Предписание ИП <...> о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдавать, в связи с добровольным устранением.
3. Возбудить дело об административном правонарушении в отношении ИП Петрова В.В., предусмотренное частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Решение изготовлено в полном объеме «06» апреля 2012г.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей

Председатель Комиссии
>

<...