

Комиссия Татарстанского УФАС России по рассмотрению дела о нарушении Законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии: <...> – (должностное лицо)
Члены Комиссии: <...> – (должностное лицо)
<...> – (должностное лицо)

рассмотрев дело №016/05/24-633/2021 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы медицинских услуг в социальной сети Instagram с текстом: «ЛАЗЕРНАЯ ЭПИЛЯЦИЯ ВСЕГО ТЕЛА 2990P, *только до конца недели», которая не сопровождается предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. Вышеуказанные действия содержат признаки нарушений части 7 статьи 24 Федерального закона от 13 марта 2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»).

УСТАНОВИЛА:

В ходе проведения государственного надзора Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Управление) был установлен факт распространения рекламы медицинских услуг в сети Instagram с текстом следующего содержания: «Лазерная эпиляция всего тела. 2 990 . * только до конца недели», которая не сопровождается предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, что является нарушением части 7 статьи 24 Федерального закона от 13 марта 2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее- Закон «О рекламе»).

Фотоизображения рекламного объявления представлено ниже:

Объектом рекламирования являются услуги лазерной эпиляции.

В соответствии с пунктом 1 статьи 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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона «О рекламе» объектом рекламирования является товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, 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.

Данная реклама распространялась в социальной сети Instagram, и рекламировала услуги страницы «<...>».

Управлением в адрес оператора связи ПАО «Мегафон» направлялся запрос о предоставлении информации об абоненте, которому принадлежит номер <...>. В результате изучения ответа ПАО «Мегафон» установлено, что указанный номер принадлежит абоненту ООО «Гарс Телеком – УТ».

Согласно пояснениям ООО «Гарс Телеком – УТ», направленных в адрес Управления, абонентский номер <...> был выделен ООО «БЬЮТИЛОГИЯ» на основании договора об оказании услуг от 24.09.2018, заключенного между ООО «ГАРС ТЕЛЕКОМ – УТ» и ООО «БЬЮТИЛОГИЯ», и Заказа на Услуги Gars 800 №1 от 24.09.2018.

Управлением в адрес оператора связи ОАО «Межрегиональный ТранзитТелеком» (далее – ОАО «МТТ») направлялся запрос о предоставлении информации об абоненте, которому принадлежит

номер

<...>. В результате изучения ответа ОАО «МТТ» установлено, что указанный номер принадлежит абоненту ООО «Фастком» на основании Договора № 2549-800-14/33 от 19.09.2014г.

Вместе с тем, в адрес ООО «Фастком» был направлен запрос по факту распространения рекламы медицинских услуг в социальной сети Instagram с текстом: «ЛАЗЕРНАЯ ЭПИЛЯЦИЯ ВСЕГО ТЕЛА 2990Р, *только до конца недели».

Согласно пояснениям ООО «Фастком», абонентский номер

<...> используется ООО «БЬЮТИЛОГИЯ» (<...>) на основании Договора об оказании услуг связи №3521066-53633 от 22.04.2020.

Вышеуказанные действия содержат признаки нарушений части 7 статьи 24 Закона «О рекламе».

Согласно пункту 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 8 октября 2012 г. N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

В соответствии с частью 7 статьи 24 Закона «О рекламе» реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий 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).

Рекламораспространителем является ООО «БЬЮТИЛОГИЯ» (<...>).

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе ненадлежащей является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Федеральной антимонопольной службой России в письме №АЦ/4624 от 05.04.2007 разъяснено, что под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о неком лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Таким образом, под рекламой понимается определенная не персонифицированная информация, направленная на продвижение определенного объекта рекламирования, даже если она направляется по определенному адресному списку.

В содержании рассматриваемой информации отсутствуют сведения, указывающие на лицо, до которого информация доведена (распространена) и на восприятие которого непосредственно направлена.

Следовательно, рассматриваемая информация подпадает под определение рекламы и содержит все ее признаки:

- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к компании ООО «БЬЮТИЛОГИЯ»;

- признана формировать и поддерживать интерес к объектам рекламирования, способствует продвижению на рынке.

ООО «БЬЮТИЛОГИЯ» пояснения не представляет, на комиссии не является.

Значит рассматриваемая реклама распространялась с нарушением требований части 7 статьи 24 Закона о рекламе. Согласно ч. 7 ст. 38 данного Закона ответственность несет рекламораспространитель.

Вместе с тем, нарушение законодательства о рекламе может быть устранено любым лицом, которое может прекратить распространение рекламы. В данном случае таким лицом, причастным к распространяю рассматриваемой рекламы, является ООО «БЬЮТИЛОГИЯ».

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42 - 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

Признать ненадлежащей рекламу компании ООО «БЬЮТИЛОГИЯ» распространения рекламы медицинских услуг в социальной сети Instagram с текстом: «ЛАЗЕРНАЯ ЭПИЛЯЦИЯ ВСЕГО ТЕЛА 2990Р, *только до конца недели», которая не сопровождается предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Татарстанского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении.

Решение изготовлено в полном объеме 30 июля 2021 г. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии:

<...> – (должностное лицо)

Члены Комиссии:

<...> – (должностное лицо)

<...> – (должностное лицо)