

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Волгоградской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, заместитель руководителя управления, ..., рассмотрев информацию, опубликованную в электронном СМИ,

#### УСТАНОВИЛ:

25 октября 2017 электронное издание «Блокнот-Волжский» (свидетельство о регистрации СМИ: Эл № ФС 77-62771, выдан По сообщению СМИ, на остановке «Спутник» в г.Волжском располагается рекламный баннер с изображением женщины. Распространение указанной наружной рекламы было подтверждено в ходе мониторинга распространения наружной В соответствии с данными, размещёнными на странице салона красоты «Лайм» в группе «ВКонтакте», адрес рекламиру-

Рассматриваемая рекламная конструкция расположена на колоннах кинотеатра «Спутник» в г. Волжский (ООО «Страйк», адрес: 404130, г. Волжский, пр. им. Ленина, 51 «А», ОГРН 1073435002409, ИНН/КПП 3435085319/343501001, дата присвоения ОГРН 05.04.2007).

Согласно ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) реклама – 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 поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке.

Рассматриваемая информация является рекламой, поскольку отвечает всем квалифицирующим признакам рекламы.

Объектом рекламирования выступает как сам салон красоты «Лайм», так и оказываемые им услуги: аппаратная коррекция целлюлита и жировых отложений, все виды ручного массажа.

Современная косметология предлагает такие аппаратные методы лечения целлюлита (по данным сайта <http://pohudei123.ru/cellyulit/apparatnoe-lechenie-czellyulifa.html>), как:

- Мезодиссолюция, при применении которой возможны побочные эффекты: отеки и синяки в области введения препарата;
- LPG-массаж;
- Криолиполиз;
- Ультразвуковая кавитация;
- Endospheres-терапия;
- Электролиполиз;
- Гидромассаж, выполняемый с помощью профессионального оборудования, Прессотерапия или прессомассаж.

Приказом Минздравсоцразвития России от 27.12.2011 № 1664н утверждена Номенклатура медицинских услуг (далее - Номенклатура). Согласно п. 4.1 Номенклатуры в класс «А» перечня, на который разделены медицинские услуги, включены: лечение с помощью простых физических воздействий на пациента (массаж, иглорефлексотерапия, мануальная терапия); лечение с помощью лучевого (звукового, светового, ультрафиолетового, лазерного) воздействия. Указанный класс «А» медицинских услуг включает медицинские услуги, представляющие собой определенные виды медицинских вмешательств, направленные на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющие самостоятельное законченное значение.

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 (ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе).

В рассматриваемой рекламе медицинских услуг такое предупреждение отсутствует в нарушение ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

Кроме того, реклама любых видов товаров и услуг должна соответствовать общим требованиям, предъявляемым к рекламе. В соответствии с ч. 1 ст. 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Квалифицируя рекламу как информацию, распространяемую любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, законодатель в ст. 5 Закона о рекламе «Общие требования к рекламе» очертил те границы, за которые рекламодатель, рекламораспространитель при выборе таких средств, способов и форм выходить не должен.

Реклама не должна побуждать к совершению противоправных действий, призывать к насилию и жестокости (п.п. 1-2 ч. 4 ст. 5 Закона о рекламе).

В рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и

гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия (ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе).

Как разъяснила ФАС России в письме от 29.04.2013 № АД/17355/13 «О порядке применения части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе», данное положение Закона о рекламе запрещает использовать в рекламе: 1) бранные слова, 2) непристойные образы, сравнения, выражения, 3) оскорбительные образы, сравнения, выражения.

К непристойным образам, сравнениям, выражениям могут быть отнесены такие слова и изображения, которые нарушают общепринятые нормы и принципы поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности.

Кроме того, при решении вопроса о соответствии той или иной рекламной информации требованиям ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе такую информацию, как указывает ФАС России, следует оценивать в совокупности с обстоятельствами ее размещения (например, место расположения рекламной конструкции с учетом близости к учреждениям культуры, объектам культа, кладбищам и т.п.).

Кроме того, необходимо учитывать и положения п. 6 ст. 6 закона о рекламе, в силу которого в целях защиты несовершеннолетних от злоупотреблений их доверием и недостатком опыта в рекламе не допускаются показ несовершеннолетних в опасных ситуациях, включая ситуации, побуждающие к совершению действий, представляющих угрозу их жизни и (или) здоровью, в том числе к причинению вреда своему здоровью, поскольку несовершеннолетние так же входят в тот неопределенный круг лиц, на внимание которого рассчитана рассматриваемая реклама салона красоты.

Рассматриваемая реклама ассоциируется с болью и кровью, тогда как реклама не должна призывать к насилию и жестокости, в рекламе не допускается использование непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений.

Рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (п. 5 ст. 3 Закона о рекламе). Рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (п. 7 ст. 3 Закона о рекламе).

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных ч.ч. 2 - 8 ст. 5, ст. 6, ст. 24 Закона о рекламе. Рекламораспространитель отвечает за нарушение ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе (ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе).

Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508 (далее - Правила), в п. 4 предусмотрено, что .в случае распространения рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, только на территории, подведомственной одному территориальному органу Федеральной антимонопольной службы, дела возбуждаются и рассматриваются по месту распространения такой рекламы.

Установлено, что рекламораспространителем спорной рекламы салона красоты является ООО «Страйк» (адрес: 404130, , г. Волжский, пр. им. Ленина, 51 «А», ОГРН 1073435002409, ИНН/КПП 3435085319/343501001, дата присвоения ОГРН 05.04.2007).

Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508 (далее - Правила), в п. 4 предусмотрено, что .в случае распространения рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, только на территории, подведомственной одному территориальному органу Федеральной антимонопольной службы, дела возбуждаются и рассматриваются по месту распространения такой рекламы.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

#### ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу № 17-03-5/24-02/\_\_\_ по признакам нарушения п.п.1-2 ч. 4 ст. 5, ч. 6 ст. 5, п. 6 ст. 6, ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

- лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе: ООО «Страйк» (адрес: 404130, , г. Волжский, пр. им. Ленина, 51 «А», ОГРН 1073435002409, ИНН/КПП 3435085319/343501001, дата присвоения ОГРН 05.04.2007), а также лицо, осуществляющее хозяйственную деятельность под брендом салон красоты «Лайм» (404130, , г. Волжский, пр. им. Ленина, 90 «Ж»)

3. Назначить дело № 17-03-5/24-02/609 к рассмотрению на **13 ноября 2017 в 14 часов 00 минут** по адресу: г. Волгоград, ул. 7-ая Гвардейская, д.12 (каб.13, 5-й этаж, левое крыло).

4. ООО «Страйк» представить **на заседание Комиссии** следующую информацию и заверенные надлежащим образом (печатью, а также подписью должностного лица) копии документов:

4.1. Письменные объяснения по факту, послужившему основанием для возбуждения дела.

4.2. Документы, которыми оформлялись отношения по размещению указанной в определении рекламы (договоры с рекламодателями со всеми приложениями, дополнительными соглашениями, акты выполненных работ, с указанием сроков и мест размещения такой рекламы, согласованные к размещению макеты рекламы, переписка, в том числе в электронном виде и т.д.);

4.3. Иную информацию, которую Вы считаете необходимой для предоставления в рамках рассматриваемого дела для полного, всестороннего и объективного рассмотрения дела.

5. Лицу, осуществляющему хозяйственную деятельность под брендом салон красоты «Лайм» (404130, г. Волжский, пр. им. Ленина, 90 «Ж») представить **на заседание Комиссии** следующую информацию и заверенные надлежащим образом (печатью, а также подписью должностного лица) копии документов:

5.1. Письменные объяснения по факту, послужившему основанием для возбуждения дела.

5.2. Иную информацию, которую лицо считает необходимой для предоставления в рамках рассматриваемого дела для полного, всестороннего и объективного рассмотрения дела.

В соответствии с ч. ч. 1 - 2 ст. 34 Закона о рекламе юридические лица, индивидуальные предприниматели обязаны представлять в антимонопольный орган (его должностным лицам) по его мотивированному требованию в установленный срок необходимые документы, материалы, объяснения, информацию в письменной и (или) устной форме (в том числе информацию, составляющую коммерческую, служебную и иную охраняемую законом тайну), включая служебную переписку в электронном виде, а также обеспечивать уполномоченным должностным лицам антимонопольного органа доступ к такой информации.

Неисполнение требований [части 1](#) статьи 34 Закона о рекламе влечет за собой ответственность виновных лиц в соответствии с [законодательством](#) Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с ч.6 ст. 19.8 КоАП РФ, непредставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных законодательством о рекламе, а равно представление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо представление недостоверных сведений (информации) влечет наложение административного штрафа на юридических лиц в размере от двадцати тысяч до двухсот тысяч рублей.