

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ №2166-ФАС52-07/16

2017 год

г. Нижний Новгород

Резолютивная часть решения объявлена 30 января 2017 года.

Решение изготовлено в полном объеме 06 февраля 2017 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области по рассмотрению дел о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

- Смирнов С.В. - председатель Комиссии, заместитель руководителя управления;
Айзман О.И. - член Комиссии, главный специалист-эксперт отдела контроля финансовых рынков, рекламы и недобросовестной конкуренции;
Швецова О.Ю. - член Комиссии, начальник отдела контроля финансовых рынков, рекламы и недобросовестной конкуренции,

рассмотрев дело №2166-ФАС52-07/16, возбужденное в отношении **ИП Егоровой М.А.** по обращению потребителя рекламы Т. (Нижегородское УФАС России не располагает согласием на использование персональных данных заявителя), по признакам нарушения части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе»), в присутствии ИП Егоровой М.А.,

УСТАНОВИЛА:

28.10.2016 в Управление Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области поступило обращение потребителя рекламы Т. по поводу распространения рекламы в газете «Весь город Бор» выпуск №19 (141) от 20.10.2016 (учредитель ИП Егорова М.А.), содержащей, по мнению заявителя, признаки нарушения статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

Рекламное сообщение «Соляная пещера №1» не содержит предупреждения о наличии противопоказаний к ее применению и использованию, необходимости

ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

В связи с указанными обстоятельствами, Нижегородское УФАС России 17 ноября 2016 года вынесло Определение №2166-ФАС52-07/16 о возбуждении дела по признакам нарушения части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» в отношении ИП Егоровой М.А.

Изучив материалы дела и представленные документы, заслушав позицию ответчика, Комиссия Нижегородского УФАС России приходит к следующим выводам.

В газете «Весь город Бор» выпуск №19 (141) от 20.10.2016 распространялась реклама соляной пещеры следующего содержания: *«Теперь в нашем городе! Соляная пещера №1...С нами оздоровление без лекарств ДОСТУПНО и ЭФФЕКТИВНО! Если у вас или вашего ребенка частые ОРВИ, сниженный иммунитет, ЛОР-заболевания, астма, аллергия или бронхит – Соляная пещера к Вам спешит!...При лечении хронических патологий солелечение продлевает период ремиссии, снижает количество потребляемых медикаментов, предупреждает возникновение обострений...».*

Данное сообщение является рекламой, так как отвечает определению, указанному в пункте 1 статьи 3 ФЗ «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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» 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, пункт 3 этой же статьи определил, что товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Сообщение направлено на привлечение внимания неопределенного круга лиц к объекту рекламирования - «Соляной пещере №1», товарам являются оздоровительная услуга – «солелечение».

Из информации, содержащейся в информационно-телекоммуникационной сети Интернет (Википедия), следует: *«Галотерапия (в переводе лечение солью) — методика лечения и профилактики различных заболеваний, основанная на оздоравливающем воздействии микроклимата, сходного с условиями подземных соляных пещер. Распространённые синонимы галотерапии — соляная пещера, спелеокамера, живой воздух. Галотерапия зарекомендовала себя как успешный метод лечения бронхо-лёгочных, кожных и аллергических заболеваний. Сеансы галотерапии проходят в специальном помещении — галокамере: специальном кабинете, где для насыщения воздуха аэрозолем хлорида хлора используют не только отделку стен соляными блоками, но и особые приборы для распыления соли — галогенераторы. При этом необходимо помнить, что галотерапия, как и любой*

другой метод лечения, имеет противопоказания, например наличие злокачественных новообразований, все формы туберкулёза активной стадии и др. — поэтому перед проведением процедур необходимо проконсультироваться с врачом».

Согласно Приказу Министерства здравоохранения и социального развития РФ от 27.12.11 № 1664н «Об утверждении номенклатуры медицинских услуг» код А17.09.003 воздействие с помощью галокамеры при заболеваниях нижних дыхательных путей является медицинской услугой.

Как сообщило Министерство здравоохранения Нижегородской области в письме от 11.08.2015г. исх.№315-02-03-10-18172/15-0 понятие «галотерапия» содержится в Государственном Реестре новых медицинских технологий (дата выпуска 10.02.2001г. с последующими изменениями). В соответствии с пунктом 18 раздела «Пульмонология» указанного Реестра галотерапия – способ лечения, профилактики и реабилитации заболеваний органов дыхания в условиях искусственного климата соляных пещер, назначаемы при различных нозологических формах хронических неспецифических заболеваний легких, патологии ЛОР-органов, сопутствующей кожной патологии.

В соответствии с пунктом 14 Приложения №2 к Методическим указаниям МУ 4.3.1517-03 «Санитарно-эпидемиологическая оценка и эксплуатация аэроионизирующего оборудования», утвержденных Главным государственным санитарным врачом РФ 29.06.2003г. галокамера (или спелеоклиматическая камера) – помещение, полностью или частично облицованное внутри солью.

Таким образом, рекламное сообщение является рекламой медицинских услуг.

Согласно части 7 статьи 24 Федерального 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 связи с тем, что рекламное сообщение «Соляная пещера №1» не содержит предупреждения о наличии противопоказаний к ее применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, реклама противоречит требованиям части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе»

В соответствии с частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В соответствии со свидетельством о регистрации средства массовой информации ПИ №ТУ 52-0555 от 12.12.2011 учредителем рекламно-информационной газеты «Весь город Бор» является ИП Егорова М.А. В ходе рассмотрения дела 30.01.2017 ИП Егорова М.А. сообщила, что является издателем газеты «Весь город

Бор».

Следовательно, рекламодателем рекламного сообщения является ИП Егорова М.А.

Таким образом, реклама «...Соляная пещера №1...», распространенная ИП Егоровой М.А. в газете «Весь город Бор» выпуск №19 (141) от 20.10.2016 на территории города Бора Нижегородской области, противоречит требованиям части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Таким образом, реклама, распространенная ИП Егоровой М.А., является ненадлежащей.

В ходе рассмотрения дела ИП Егорова М.А. признала нарушение требований части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе», сообщила, что ненадлежащая реклама распространялась в октябре 2016 года (журнал выпускается дважды в месяц).

В связи с отсутствием сведений о прекращении распространения ИП Егоровой М.А. ненадлежащей рекламы, Комиссия Нижегородского УФАС России считает необходимым выдать ей предписание об устранении выявленных нарушений Федерального закона «О рекламе».

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», в соответствии с пунктами 37-44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, распространенную ИП Егоровой М.А. в газете «Весь город Бор» выпуск №19 (141) от 20.10.2016 на территории города Бора Нижегородской области, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».
2. Выдать ИП Егоровой М.А. предписание об устранении выявленных нарушений.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

С.В. Смирнов

Члены Комиссии

О.И. Айзман

О.Ю. Швецова

Исп.: Айзман О.И.

Тел.: (831) 434-44-41