

РЕШЕНИЕ

по делу №03-21/68-2016

о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

«20» января 2017 года

г. Йошкар-Ола

Резолютивная часть решения объявлена: «18» января 2017 года

Полный текст решения изготовлен: «20» января 2017 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии –

член Комиссии –

член Комиссии –

рассмотрев дело, возбужденное по признакам нарушения пункта 7 статьи 7, части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», в присутствии ИП М., паспорт <...> в отсутствие ИП Я., надлежащим образом извещенного о дате, времени и месте рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) в ходе мониторинга средств массовой информации обнаружена реклама, содержащая признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Так, на странице 15 рекламно-информационного журнала для женщин «Женский клуб Марий Эл» №5 (66), сентябрь 2016 г. обнаружена реклама следующего содержания: «Парикмахерская ФЧ Фифа Челкина Стрижки мужские, женские, детские Свадебные, вечерние прически Полировка секущихся кончиков Ламинирование Кератиновое выпрямление Вертикальный турбо-солярий Эпиляция воском и шугаринг Свадебный, вечерний, повседневный макияж Покраска и коррекция бровей Покраска ресниц Ул. Красноармейская, 66 911-211 vk.com/club60614641», содержащая признаки нарушения пункта 7 статьи 7, части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

По результатам мониторинга антимонопольным органом возбуждено дело №03-21/68-2016 по факту распространения рекламы, содержащей признаки нарушения пункта 7 статьи 7, части 7 статьи 24 Закона о рекламе.

В письменных пояснениях и на заседании Комиссии Марийского УФАС России ИП М. пояснила, что заявка на размещение рекламы производилась в устной форме, макет разрабатывался и изготавливался журналом, согласован ИП Я. Реклама была размещена. Предприниматель признала факт нарушения законодательства о рекламе при распространении рекламы медицинских услуг.

Рассмотрев материалы дела №03-21/68-2016 о нарушении законодательства о рекламе и выслушав позицию лица, участвующего в деле, Комиссия Марийского УФАС России признает рассматриваемую рекламу ненадлежащей по следующим основаниям.

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, 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. Товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (статья 3 Закона о рекламе).

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 некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Рассматриваемая информация о парикмахерской «Фифа Челкина» является рекламой, поскольку она распространена в информационном издании и направлена на привлечение внимания как к парикмахерской, так и к услугам, которые предлагаются потребителям: мужские, женские, детские стрижки; свадебные, вечерние прически; полировка секущихся кончиков; ламинирование; кератиновое выпрямление; вертикальный турбо-солярий; эпиляция воском и шугаринг; свадебный, вечерний, повседневный макияж; покраска и коррекция бровей; покраска ресниц.

Таким образом, спорная реклама способствует формированию и поддержанию интереса к услугам парикмахерской, продвижению их на рынке.

Одной из целей Закона о рекламе является предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы (статья 1 Закона о рекламе).

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе ненадлежащая реклама - реклама,

не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В соответствии с пунктом 7 части 7 Закона о рекламе не допускается реклама товаров, на производство и (или) реализацию которых требуется получение [лицензий](#) или иных специальных разрешений, в случае отсутствия таких разрешений.

В спорной рекламе одним из объектов рекламирования являются услуги «эпиляция воском», «шугаринг», которые согласно [Номенклатуре](#) медицинских услуг, утвержденной приказом Министерства здравоохранения и социального развития от 27.12.2011 №1664н (далее - Номенклатура) относится к числу простых медицинских услуг (А14.01.013), оказание которых возможно только при наличии соответствующей лицензии.

[Пункт 10 статьи 2](#) Федерального закона от 21.11.2011 №323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» раскрывает содержание понятия «медицинская услуга» - медицинское вмешательство или комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение.

Рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП Я.

Антимонопольным органом установлено, что согласно сводному реестру лицензий на осуществление отдельных видов деятельности в сфере здравоохранения ИП Я. лицензия на осуществление медицинской деятельности не предоставлялась.

Таким образом, спорная реклама нарушает требования пункта 7 статьи 7 Закона о рекламе.

Кроме того, Законом о рекламе закреплены специальные требования к рекламе медицинских 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 другими способами предупредительная надпись должна занимать не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства). Указанные требования не распространяются на рекламу, распространяемую в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, а также в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях, и на иную рекламу, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники.

Спорная реклама размещена в журнале «Женский клуб Марий Эл», который не относится к числу специализированных печатных изданий, предназначенных для медицинских и фармацевтических работников, а рекламируемые медицинские услуги направлены на привлечение внимания неопределенного круга лиц

потребителей, поскольку читателями указанной газеты являются жители Республики Марий Эл.

Таким образом, рассматриваемая реклама является рекламой медицинских услуг и должна содержать предупреждение о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

Соответственно спорная реклама является ненадлежащей, поскольку содержит признаки нарушения части 7 статьи 24 Закона о рекламе ввиду отсутствия предупредительной надписи.

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Письмом от 14.10.2016 исх. №б/н (вх. №12658 от 14.10.2016) ИП М. сообщила, что рекламодателем спорной рекламы является ИП Я., рекламопроизводителем и рекламораспространителем – ИП М.

ИП М. указала, что заявка и информация о содержании рекламного материала была представлена ИП Я. в устной форме. Согласование макета происходило путем подписания распечатанного рекламного макета.

Между ИП М. и ИП Я. заключен договор от 30.08.2016 на оказание рекламно-информационных услуг.

В соответствии с пунктом 1.1. указанного договора ИП М. обязуется разместить рекламно-информационные материалы ИП Я. (заказчик) в ежемесячном бесплатном рекламно-информационном журнале «Женский клуб Марий Эл».

Во исполнение договора от 30.08.2016 на оказание рекламно-информационных услуг ИП Я. обязуется предоставить рекламно-информационные материалы для размещения их в издании с соблюдением всех требований действующего законодательства Российской Федерации. Заказчик гарантирует и несет ответственность за достоверность сведений, содержащихся в материалах (пункт 2.1. договора от 30.08.2016).

Пунктами 3.1., 3.2., 3.3. договора от 30.08.2016 на оказание рекламно-информационных услуг установлены обязанности ИП М., в соответствии с которыми предприниматель обязуется разместить рекламно-информационные материалы в сроки и объеме, согласованные с ИП Я., представить на утверждение предпринимателю оригинал-макет рекламно-информационных материалов до начала тиражирования.

Об исполнении указанного договора свидетельствуют представленные ИП М. документы: договор от 30.08.2016 на оказание услуг, акт от 12.09.2016 №***, акт от 12.09.2016 №***, соглашение о зачете взаимных требований от 12.09.2016.

Таким образом, данная реклама нарушает пункт 7 статьи 7, часть 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

В соответствии с пунктами 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований пункта 7 статьи 7, части 7 статьи 24 Закона о рекламе несут рекламодаделец и рекламодатель.

Рекламодателем спорной рекламы является ИП Я.; рекламодателем – ИП М.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламодателям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Марийское УФАС России, изучив представленные в материалы дела доказательства, учитывая отсутствие сведений устранения факта нарушения законодательства о рекламе, считает необходимым выдать предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе ИП М., ИП С.

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, размещенную в журнале «Женский клуб Марий Эл» №5 (66), сентябрь 2016 года на странице 15 следующего содержания: «Парикмахерская ФЧ Фифа Челкина Стрижки мужские, женские, детские Свадебные, вечерние прически Полировка секущихся кончиков Ламинирование Кератиновое выпрямление Вертикальный турбо-солярий Эпиляция воском и шугаринг Свадебный, вечерний, повседневный макияж Покраска и коррекция бровей Покраска ресниц Ул. Красноармейская, 66 911-211 vk.com/club60614641», поскольку нарушает требования пункта 7 статьи 7, части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».
2. Выдать индивидуальному предпринимателю М., индивидуальному предпринимателю Я. предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Марийского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении в соответствии со статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии

Члены Комиссии

ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

ПО ДЕЛУ № 03-21/68-2016

«20» января 2017 года

г. Йошкар-Ола

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии –

член Комиссии –

член Комиссии –

на основании своего решения от «20» января 2017 года по делу № 03-21/68-2016 о признании ненадлежащей рекламы «Парикмахерская «Фифа Челкина», распространённой на странице 15 журнала «Женский клуб Марий Эл» №5 (66), сентябрь 2016 г., в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Индивидуальному предпринимателю Я. в семидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно прекратить распространение рекламы медицинской услуги без лицензии на осуществление медицинской деятельности и без указания предупреждения о наличии противопоказаний, необходимости ознакомления с инструкцией или получения консультации специалистов.

2. Индивидуальному предпринимателю Я. представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания в течение трех дней с момента его исполнения.

Пунктом 2.4 статьи 19.5 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность за невыполнение в установленный срок законного решения, предписания федерального антимонопольного органа, его территориального органа о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о

рекламе.

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

Председатель Комиссии

Члены Комиссии:

ПРЕДПИСАНИЕ
О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ
ПО ДЕЛУ № 03-21/68-2016

«20» января 2017 года

г. Йошкар-Ола

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии –

член Комиссии –

член Комиссии –

на основании своего решения от «20» января 2017 года по делу № 03-21/68-2016 о признании ненадлежащей рекламы «Парикмахерская «Фифа Челкина», распространённой на странице 15 журнала «Женский клуб Марий Эл» №5 (66), сентябрь 2016 г., в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Индивидуальному предпринимателю М. в семидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно прекратить распространение рекламы медицинской услуги без лицензии на осуществление медицинской деятельности и без указания предупреждения о наличии противопоказаний, необходимости ознакомления с инструкцией или получения консультации специалистов.

2. Индивидуальному предпринимателю М. представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания в течение трех дней с момента его исполнения.

Пунктом 2.4 статьи 19.5 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность за невыполнение в установленный срок законного решения, предписания федерального антимонопольного органа, его территориального органа о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

Председатель Комиссии

Члены Комиссии:

