Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тульской области по рассмотрению дел о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель комиссии: < --- > – заместитель руководителя управления,

Члены комиссии: < --- > – начальник отдела,

< --- > - специалист-эксперт,

рассмотрев дело № 02-03/06-2014 по признакам нарушения ООО «Дорожные знаки города Тулы», ООО «СЛИМ», ООО «София-М», ООО «Галерея» части 8 статьи 24, части 10.1 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года №38-ФЗ «О рекламе»,

УСТАНОВИЛА:

На заборе строящегося объекта по адресу г. Тула, пересечение Красноармейского проспекта и улицы Советской (бывший театр юного зрителя), размещен щит с рекламой Клиники доктора Мухиной «Оригитея» следующего содержания: «Снижение веса по технологии Золотая Игла Доктора Мухиной, тел. +7(4872) 704-081, г. Тула, пр-т Ленина, д. 157, пом.81, www.origitea.ru. Получите консультацию о возможных противопоказаниях».

Указанная информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке и, в силу статьи 3 Федерального Закона «О рекламе», является рекламой.

На сайте www.origitea.ru указано, что методика Золотая игла® доктора Мухиной® относится к рефлексотерапии. Суть данной методики заключается в том, что игла устанавливается в ушную раковину таким образом, что два ее конца проходят через акупунктурные точки.

Согласно Приказу Минздравсоцразвития РФ от 27.12.2011 № 1664н «Об утверждении номенклатуры медицинских услуг», А21.01.010 - рефлексотерапия при заболеваниях кожи и подкожно-жировой клетчатки, А17.01.002 - воздействие на точки акупунктуры другими физическими факторами, А21.22.002 - рефлексотерапия при заболеваниях желез внутренней секреции являются медицинскими услугами.

Согласно части 8 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» реклама **медицинских услуг**, в том числе **методов профилактики**, **диагностики, лечения и медицинской реабилитации не допускается**, иначе как в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий и в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях.

Также на заборе строящегося объекта по адресу г. Тула, пересечение Красноармейского проспекта и улицы Советской (бывший театр юного зрителя), размещен щит с рекламой Модельно-продюсерского агентства «**Gold Models**» **следующего содержания: «Кастинг Мисс Тульская область 2014 Приглашаются девушки от 15 до 25 лет отборочный тур на конкурс «Краса России 2014» тел. 38-41-**

33 www.goldtula.ru»

Указанная информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке и, в силу статьи 3 Федерального Закона «О рекламе», является рекламой.

Частью 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» установлен запрет на размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от 29 декабря 2010 года N 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию", без указания категории данной информационной продукции.

Статьей 2 Федерального закона от 29.12.2010г. № 436 – ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» определены основные понятия, используемые в Законе:

- **информационная продукция** - предназначенные для оборота на территории Российской Федерации продукция средств массовой информации, печатная продукция, аудиовизуальная продукция на любых видах носителей, программы для электронных вычислительных машин (программы для ЭВМ) и базы данных, а также **информация, распространяемая посредством зрелищных мероприятий**, посредством информационно-телекоммуникационных сетей, в том числе сети "Интернет", и сетей подвижной радиотелефонной связи;
- **зрелищное мероприятие** - демонстрация информационной продукции в месте, доступном для детей, и в месте, где присутствует значительное число лиц, не принадлежащих к обычному кругу семьи, в том числе **посредством проведения театрально-зрелищных**, культурно-просветительных и **зрелищно-развлекательных мероприятий**.

Согласно части 3 статьи 6 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» классификация информационной продукции осуществляется в соответствии с требованиями указанного Федерального закона по следующим категориям информационной продукции:

1) информационная продукция для детей, не достигших возраста шести лет;

2) информационная продукция для детей, достигших возраста шести лет;

3) информационная продукция для детей, достигших возраста двенадцати лет;

4) информационная продукция для детей, достигших возраста шестнадцати лет;

5) информационная продукция, запрещенная для детей.

Сведения, полученные в результате классификации информационной продукции, указываются ее производителем или распространителем в сопроводительных документах на информационную продукцию и являются основанием для размещения на ней знака информационной продукции и для ее оборота на территории Российской Федерации (часть 6 статьи 6 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»).

В нарушение данных норм Закона в рекламе информационной продукции Модельно-продюсерского агентства «**Gold Models**» отсутствует указание категории информационной продукции.

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

Согласно части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушения части 8 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель – ООО «СЛИМ».

На рассмотрении дела генеральный директор ООО «СЛИМ» < --- > признал нарушение, указав, что оно произошло по его вине.

Представил доказательства (фотографию), свидетельствующие о добровольном устранении нарушения части 8 статьи 24 Федерального закона «О рекламе». Таким образом, целесообразность выдачи предписания отсутствует.

Из документов представленных ООО «Дорожные знаки города Тулы» следует, что договорные отношения с ООО «София М» последнее не заключало, отношение к рассматриваемой рекламе не имеет.

Представители ООО «Галерея» на рассмотрение дела не явились, документы, подтверждающие договорные правоотношения с модельно-продюсерским агентством «**Gold Models**» **Общество не представили ввиду их отсутствия.**

Из устных объяснений генерального директора < --- > следует, что договор на размещение рекламы Модельно-продюсерского агентства «**Gold Models**» **был заключен с ООО «Навигатор».**

Учитывая изложенное, руководствуясь пунктом 2 части 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 ООО «СЛИМ», размещенную на рекламном щите, установленном на улице Советской г. Тулы, поскольку она, в нарушение части 8 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», содержит рекламу медицинской услуги.

2. Материалы дела передать уполномоченному должностному лицу Тульского УФАС России для рассмотрения вопроса о привлечении должностного лица ООО «СЛИМ» к административной ответственности.

3. Производство по делу № 02-03/06-2014, возбужденное в отношении ООО «Дорожные знаки города Тулы», ООО «София-М», ООО «Галерея» прекратить в связи с отсутствием состава нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

4. Провести административное расследование в отношении ООО «Навигатор» (г.

Тула, ул. Советская, д. 8) в части соблюдения части 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в течение трех месяцев со дня его принятия.