

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА ПО ПРИЗНАКАМ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ № 074/05/5-1304/2023

01 июня 2023 года г. Челябинск, пр. Ленина, 59

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области (далее – Челябинское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, <...>, рассмотрев заявление физического лица, перенаправленное Администрацией <...> (далее — Администрация) по факту размещения рекламы на рекламных конструкциях, с признаками нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Федеральный закон «О рекламе»),

УСТАНОВИЛ:

Челябинским УФАС России рассмотрено заявление физического лица, перенаправленное Администрацией (от <...>) по факту размещения рекламы следующего содержания: «Элит. Для тех кто живет со вкусом. Круглосуточно. Просп. Ленина, 137, <...>. <https://элит-спа74.рф>. Мужской массажный SPA-салон» на рекламных конструкциях, расположенных по адресам: г. <...>, с признаками нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Специалистами Челябинского УФАС России осуществлен переход по ссылке <https://элит-спа74.рф>, о чем составлен Акт осмотра от 24 апреля 2023 года № 45-2023.

Челябинским УФАС России направлен запрос Администрации (от <...>) о представлении необходимых документов и сведений.

Согласно сведениям, представленным Администрацией, на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, расположенной по адресу: г. <...> выдано разрешение от 29.01.2018 № 28. На установку и эксплуатацию рекламной конструкции, расположенной по адресу: <...>, также выдано разрешение от 04.07.2019 № 97 ИП Г<...>.

ИП Г<...> представлены письменные пояснения, согласно которым данная реклама размещена на основании договора с ИП Ш<...>. Дизайн макет предоставлен и разработан ИП Ш<...>. Данный макет размещается с 01.03.2023. К письменным пояснениям ИП Г<...> представлен договор от 01.03.2023, дополнительное соглашение к договору, акт выполненных

работ, платежные документы.

В рассматриваемой рекламе содержится указание на телефонный номер <...>. Необходимо отметить, что данный телефонный номер также указан на сайте <https://элит-спа74.рф>.

Согласно выписке из реестра Российской системы и плана нумерации, размещенной на официальном сайте Федерального агентства связи, телефонный номер <...> входит в ресурс нумерации оператора связи ООО «Т2 Мобайл».

Челябинским УФАС России направлен запрос ООО «Т2 Мобайл» (от <...>) о представлении необходимых документов и сведений.

Согласно сведениям, представленным ООО «Т2 Мобайл», абонентский номер <...> выделен ИП Ш<...>

Рассмотрение заявления и материалов приводит к следующим выводам.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама – это 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.

Иными словами, информация, признаваемая рекламой, должна удовлетворять следующим условиям, а именно:

- предназначаться для неопределенного круга лиц;
- привлекать, формировать и поддерживать интерес к объекту рекламирования;
- способствовать продвижению объекта рекламирования (товара) на рынке (то есть возможность купить товар или воспользоваться услугой).

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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона «О рекламе» 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.

Признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке и закрепить его образ в памяти потребителя.

Согласно части 6 статьи 5 Федерального 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.

Таким образом, данное положение Федерального закона «О рекламе» запрещает использовать в рекламе бранные слова, непристойные образы, сравнения, выражения, 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.

Слово «непристойный» в соответствии с Толковым словарем русского языка С.И. Ожегова означает «неприличный, бесстыдный». Слово «Бесстыдный» согласно вышеуказанному словарю означает «противоречащий общественной морали, непристойный». «Неприличный» - противоречащий правилам приличия. «Приличие» - правило поведения, благопристойность.

К непристойным образам, могут быть отнесены такие образы и выражения, которые нарушают общепринятые модели и принципы поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности.

На территории Российской Федерации действует «ГОСТ Р 55317-2012. Национальный стандарт РФ. Услуги населению. СПА-услуги. Термины и определения» (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 29 ноября 2012 года № 1597-ст) (далее - ГОСТ Р 55317-2012), в котором установлены термины и определения понятий, относящихся к СПА-услугам, которые оказываются в СПА-салонах, СПА-центрах в отелях, клубных СПА, круизных СПА.

В соответствии с пунктом 2.1 ГОСТ Р 55317-2012 СПА-услуга: услуга общеоздоровительного, косметического и/или релаксирующего характера, оказываемая в условиях высокой комфортности и

относящаяся к одной или нескольким СПА-технологиям.

СПА - современная концепция комплексного оздоровительного воздействия на организм здорового человека, основанная на холистическом подходе к организму и нацеленная на гармонизацию и поддержание физического и душевного состояния.

СПА - технологии - совокупность методов воздействия на клиентов при оказании СПА-услуг, основанных на применении природных и преформированных физических факторов, а также на работе с кожными покровами и тканями организма с помощью мануальных (массажных, косметических) и аппаратных методов.

К основным СПА-технологиям относят следующие: водные процедуры, бальнеопроцедуры, талассоопроцедуры, термопроцедуры, мануальные процедуры, релаксирующие процедуры.

СПА-процедура: комплекс действий, относящихся к одной или нескольким СПА-технологиям, направленных на получение запланированного результата.

СПА-специалист: работник СПА, непосредственно участвующий в технологическом процессе исполнения СПА-услуги.

Согласно пунктам 5.7 - 5.9 «ГОСТ Р 55321-2012. Национальный стандарт РФ. Услуги населению. СПА-услуги. Общие требования» (утв. и введен в действие [Приказом](#) Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 29 ноября 2012 года № 1605-ст) специалисты, занятые в оказании СПА-услуг, должны иметь профессиональную подготовку, владеть навыками и умениями и быть аттестованными в соответствии с квалификацией и профессиональными стандартами. Допускается прием на работу как отечественных, так и зарубежных специалистов, получивших профессиональную квалификацию в рамках международных и национальных программ в области СПА.

Рабочее место СПА-специалиста должно быть оснащено материалами, веществами и комплектом оборудования и инструмента, отвечающими требованиям безопасности, производственной санитарии, эстетики и эргономики.

Согласно пункту 2.5.5.7 СПА-массаж - массаж, который проводится в обстановке СПА с соблюдением определенных этических и эстетических норм с целью укрепления здоровья, моделирования фигуры и/или коррекции психо эмоционального состояния клиента. Конечной целью СПА-массажа является гармонизация тела, сознания и

души человека.

Номенклатура медицинских услуг утверждена Приказом Министерства здравоохранения РФ от 13 октября 2017 года № 804н «Об утверждении номенклатуры медицинских услуг». Согласно указанному Приказу перечень медицинских услуг разделен на два раздела: «А» и «В», построенные по иерархическому принципу.

Раздел «А» включает медицинские услуги, представляющие собой определенные виды медицинских вмешательств, направленные на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющие самостоятельное законченное значение.

К разделу «А» относится лечение с помощью простых физических воздействий на пациента (массаж, иглорефлексотерапия, мануальная терапия) (№ 21 Раздела «А»).

Таким образом, согласно вышеуказанной номенклатуре медицинских услуг массаж отнесен к медицинским услугам.

В связи с тем, что массаж отнесен к медицинским услугам, соответственно, согласно постановлению Правительства РФ от 01.06.2021 года № 852 «О лицензировании медицинской деятельности (за исключением указанной деятельности, осуществляемой медицинскими организациями и другими организациями, входящими в частную систему здравоохранения, на территории инновационного центра «Сколково») и признании утратившими силу некоторых актов Правительства Российской Федерации» (вместе с «Положением о лицензировании медицинской деятельности (за исключением указанной деятельности, осуществляемой медицинскими организациями и другими организациями, входящими в частную систему здравоохранения, на территории инновационного центра «Сколково»)» подлежит лицензированию.

Так, информация следующего содержания: «Элит. Для тех кто живет со вкусом. Круглосуточно. Просп. Ленина, 137, <...>. <https://элит-спа74.рф>. Мужской массажный SPA-салон» размещалась на рекламных конструкциях, расположенных по адресам: г. <...>.

Исходя из содержания, места распространения, указанная информация имеет все признаки рекламы:

- распространена посредством рекламных конструкций;
- предназначена для неопределенного круга лиц;

- привлекает, формирует и поддерживает интерес к мужскому массажному СПА-салону «Элит»;

- способствует продвижению данного СПА-салона на рынке.

Таким образом, информация содержания: «Элит. Для тех кто живет со вкусом. Круглосуточно. Просп. Ленина, 137,<...>. <https://элит-спа74.рф>. Мужской массажный SPA-салон» размещаемая на рекламных конструкциях, расположенных по адресам: г. <...>, является рекламой, что свидетельствует о распространении к ней положений Федерального закона «О рекламе».

Объектом рекламирования в рассматриваемой рекламе является мужской массажный СПА-салону «Элит», сайт <https://элит-спа74.рф>.

В содержании рассматриваемой рекламы содержится указание на сайт <https://элит-спа74.рф>. Специалистами Челябинского УФАС России осуществлен переход на указанный сайт. На главной странице сайта присутствуют фотографии девушек в нижнем белье и непристойных позах, а также указание следующих разделов:

- «программы», где представлены фотографии девушек в нижнем белье и непристойных позах, наименование программ (например, «океан наслаждения 60/90 мин 3000/4000 руб»; «недетские шалости» 60/90 мин 5000/7000 руб и тд.) с их описанием;

- «девушки», где также представлены фотографии девушек с указанием имени, возраста, роста, размера груди;

- «правила нашего салона».

На странице сайт также присутствует телефонный номер <...>, адрес: <...>с отметкой на карте.

На сайте <https://элит-спа74.рф> отсутствует информация об услугах, соответствующих описанию СПА- услуг.

Кроме того на указанном сайте отсутствует информация о наличии соответствующих лицензий, квалификации и профессиональных навыках мастеров массажа..

Согласно определению СПА-массажа, массаж должен проводиться с соблюдением определенных этических и эстетических норм.

Под этическими нормами понимается система общих ценностей и правил этики, система норм поведения и обычаев делового оборота, основанная на морали, нравственности, а не на законодательстве.

Мораль - это один из способов регулирования поведения людей в обществе. Она представляет собой систему принципов и норм, определяющих характер отношений между людьми в соответствии с принятыми в данном обществе понятиями о добре и зле, справедливом и несправедливом, достойном и недостойном. Соблюдение требований морали обеспечивается силой духовного воздействия, общественным мнением, внутренним убеждением, совестью человека.

Нравственность- совокупность норм, определяющих поведение человека.

Эстетические нормы - закрепляют представления о прекрасном и безобразном не только в художественном творчестве, но и в поведении людей на производстве и в быту.

Присутствующие в рекламе визуальные женские образы в нижнем белье вызывает у потребителей ассоциации, не связанные с предоставлением услуг по предоставлению СПА-услуг, в том числе массажных услуг, являются непристойными, поскольку демонстрация таких образов для широкого публичного обозрения противоречит общепринятой модели поведения, иными словами, является безнравственным.

Важным обстоятельством является тот факт, что способ распространения рекламы, для которой использована рекламная конструкция, ограничивает потенциального потребителя рекламы в возможности ее игнорировать.

Таким образом, реклама следующего содержания: «Элит. Для тех кто живет со вкусом. Круглосуточно. Просп. Ленина, 137,<...>. <https://элит-спа74.рф>. Мужской массажный SPA-салон» размещаемая на рекламных конструкциях, расположенных по адресам: г. <...>, содержит признаки нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно части 6 статьи 38 Федерального Закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частью 6 статьи 5 указанного Федерального закона, несет рекламодаделец.

В соответствии с пунктами 5 статьи 3 Закона «О рекламе» рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно пункту 5.1 Договора от 01.03.2023 № 17 ИП Ш<...> несет полную ответственность за несоответствие содержания рекламно-информационных материалов, передаваемых ИП Г<...>, согласно действующему законодательству.

Из имеющихся материалов усматривается, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП Ш<...> (ИНН <...>).

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 24, 25 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу **№ 074/05/5-1304/2023** по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
2. Продлить срок рассмотрения дела **№ 074/05/5-1304/2023 до 01.09.2023.**
3. Назначить дело **№ 074/05/5-1304/2023** к рассмотрению **на 11 июля 2023 года в 14:00** по адресу: г. Челябинск, пр. Ленина, 59, каб. 330.
4. Признать лицами, участвующими в деле:
 - заявитель;
 - лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства: ИП Ш<...> (ИНН <...>).
5. ИП Ш<...> надлежит направить в Челябинское УФАС России **в срок до 05 июля 2023 года:**
 - 5.1) письменные пояснения по факту распространения рекламы следующего содержания: «Элит. Для тех кто живет со вкусом. Круглосуточно. Просп. Ленина, 137, <...>. <https://элит-спа74.рф>. Мужской массажный SPA-салон», с признаками нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», с приложением подтверждающих документов;
 - 5.2) письменные пояснения по факту указания в рекламе «мужской массажный SPA-салон», с приложением подтверждающих документов (например, лицензии, сертификаты, документы, подтверждающие право сотрудников, оказывать услуги массажа и т.д.)
 - 5.3) письменные пояснения по факту разработки и определения объекта рекламирования рассматриваемой рекламы, с приложением подтверждающих документов (в том числе, копию утвержденного макета данной рекламы);
 - 5.4) сведения о лице, определившем содержание указанной рекламы;

5.5) информацию о периоде распространения рекламы, с приложением подтверждающих документов;

5.6) сведения обо всех средствах и способах распространения указанной рекламы, с приложением подтверждающих документов;

5.7) иные документы и сведения, имеющие значения для рассмотрения настоящего дела.

Все запрошенные документы необходимо представить в копиях, заверенных печатью и подписью, с сопроводительным письмом.

В случае отсутствия документов из приведенного перечня представить письменные объяснения о причинах их отсутствия.

При участии в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе представителей указанных лиц, полномочия представителя должны быть оформлены доверенностью на право представления интересов указанных лиц в антимонопольном органе.

Дополнительно сообщаем, что в целях обеспечения реализации прав на участие в рассмотрении дела путем дистанционного участия посредством видеоконференцсвязи с использованием программного обеспечения TrueConf необходимо на адрес to74@fas.gov.ru заблаговременно представить ходатайство об участии в данном рассмотрении.