



У П Р А В Л Е Н И Е Ф Е Д Е Р А Л Ь Н О Й А
П О Р Е С П У Б Л И К Е К О М И
О П Р

О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА № Р 15-04/18 ПО ПРИЗНАКАМ НАРУШЕНИЯ
ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

28 апреля 2018 года

№ 03-01/3053

Сыктывкар

ООО «Газета»

Советская ул., д. 3, офис 23, г. Ухта,

Республика Коми, 169309

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее - Коми УФАС России) по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, <...> Коми УФАС России, рассмотрев материалы по обращению <...> от 26.02.2018 (вх. № 950 от 01.03.2018) по факту размещения в газете «Про город Ухта» рекламы с признаками нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛА:

В Коми УФАС России поступило обращение <...> от 26.02.2018 (вх. № 950 от 01.03.2018) о размещении в газете «Про город Ухта» рекламы услуг салона красоты «Монро».

В результате рассмотрения материалов обращения установлено следующее.

В газете «Про город Ухта» № 3 (421) от 20.01.2018, на странице 2 размещена информация следующего содержания:

«Будьте красивыми с «Монро!» В салоне красоты «Монро» - карбоновое омоложение! Эта прекрасная экспресс процедура для лица – относительно новый метод борьбы с первыми признаками старения и проблемной кожей. Она активно используется в любом возрасте, решая различные проблемы, например, акне, постакне, мелкие морщинки. Выполняется лазером, но с применением наногеля – углеродного усилителя, который обеспечивает отменный результат. Весь январь действует скидка 40 процентов на карбоновый (поверхностный) пилинг. Контакты г. Ухта, Тиманская, 1. Тел.: <...>».

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона 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 указанной статьи, 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.

По смыслу пункта 3 статьи Закона о рекламе товаром признаётся продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Указанная информация содержит следующие признаки рекламы:

- распространена посредством размещения в периодическом печатном средстве массовой информации – газете «Про город Ухта» № 3 (421) от 20.01.2018, на странице 2;

- адресована неопределенному кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования – салону красоты «Монро», оказываемым услугам, а именно: карбоновому пилингу, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Таким образом, информация, распространенная посредством размещения в газете «Про город Ухта» № 3 (421) от 20.01.2018, на странице 2, является рекламой.

В соответствии с ч. 7 ст. 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 в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд и должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства). Требования настоящей части 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.

Согласно ч. 4 ст. 2 Закона о рекламе, специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

Из содержания рассматриваемой рекламы усматривается, что она не является явно не относящейся к рекламе медицинских услуг, следовательно, на неё распространяются требования ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

В ст. 2 Федерального закона № 323 от 21.11.2011 «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» перечислены основные понятия, используемые в настоящем Федеральном законе, в том числе такие

как:

- медицинская услуга - медицинское вмешательство или комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение;

- лечение - комплекс медицинских вмешательств, выполняемых по назначению медицинского работника, целью которых является устранение или облегчение проявлений заболевания или заболеваний либо состояний пациента, восстановление или улучшение его здоровья, трудоспособности и качества жизни.

Перечень медицинских услуг утверждён приказом Приказом Минздрава России от 13.10.2017 № 804н «Об утверждении номенклатуры медицинских услуг» (начало действия редакции – 01.01.2018), далее – Номенклатура медицинских услуг.

Номенклатура медицинских услуг представляет собой перечень медицинских услуг, разделённых на два класса: «А» и «В». Класс «А» включает медицинские услуги, представляющие собой определенные виды медицинских вмешательств, направленные на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющие самостоятельное законченное значение. Класс «В» включает медицинские услуги, представляющие собой комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение.

В указанную Номенклатуру медицинских услуг включены следующие услуги:

- дерматологический пилинг (A16.01.024);

- ультразвуковой пилинг (A22.01.001.002);

- пилинг-массаж (A21.01.006).

Территориальный орган Росздравнадзора по Республике Коми письмом № 01-35/70 от 21.03.2018 (вх. № 963-э от 21.03.2018, вх. № 1432 от 23.03.2018) сообщил, что вопросы оказания медицинской помощи по профилю «косметология» в организациях государственной и иных форм собственности регулирует «Порядок оказания медицинской помощи населению по профилю «косметология», утвержденный приказом Минздравсоцразвития России от 18.04.2012 № 381н (далее - Порядок).

В соответствии с п. 2 Порядка медицинская помощь по профилю «косметология» включает комплекс лечебно-диагностических и реабилитационных мероприятий, направленных на сохранение или восстановление структурной целостности и функциональной активности покровных тканей человеческого организма (кожи и ее придатков,

подкожной жировой клетчатки и поверхностных мышц).

В силу п. 3 Порядка Оказание медицинской помощи по профилю «косметология» включает:

- диагностику и коррекцию врожденных и приобретенных морфофункциональных нарушений покровных тканей человеческого организма, в том числе возникающих вследствие травм и хирургических вмешательств, химиотерапевтического, лучевого и медикаментозного воздействия и перенесенных заболеваний;
- информирование населения о гигиенических рекомендациях по предупреждению заболеваний, профилактике преждевременного старения и инволюционной дегенерации кожи и ее придатков, подкожной жировой клетчатки и мышечного аппарата.

В приложении № 1 «Положение об организации деятельности косметологического кабинета» Порядка пунктом 4 установлена структура косметологического кабинета, в котором могут быть предусмотрены следующие кабинеты: кабинет врачебного приема; манипуляционный кабинет; процедурный кабинет.

В силу п. 6 Приложения № 1 Порядка в манипуляционной проводятся неинвазивные процедуры (депиляция; дарсонвализация; косметологическая чистка лица; криомассаж; криоорошение; медицинский массаж лица, шеи и области декольте ручной; пилинг аппаратный кожи; пилинг поверхностный).

Согласно п. 7 Приложения № 1 Порядка в процедурной осуществляются инвазивные процедуры (введение инъекционных тканевых наполнителей; инъекции препаратов токсина ботулизма; инъекционная коррекция рубцовой ткани; мезотерапия; биоревитализация; пилинг срединный; инъекционное введение лекарственных препаратов).

Такая формулировка как «Карбоновое омоложение» в вышеуказанных нормативных документах отсутствует.

При этом, «карбоновый (поверхностный) пилинг» можно считать медицинской услугой в случае соотнесения её с понятиями, обозначенными в ст. 2 Федерального закона от 21.11.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации», а именно: медицинское вмешательство, медицинская деятельность.

Согласно письму Министерства здравоохранения Республики Коми № 5633/01-33 от 27.03.2018 (вх. № 1615 от 02.04.2018) в Номенклатуре медицинских услуг отсутствуют такие услуги как «карбоновое омоложение» и «карбоновый пилинг». Вместе с тем, в указанном нормативном правовом акте обозначена медицинская услуга «дерматологический пилинг», что подразумевает под собой процедуру по удалению верхних слоев эпидермиса для улучшения внешнего вида кожи. Такая же цель достигается и при проведении

процедуры «карбоновый пилинг», что позволяет отнести названную процедуру к медицинским.

Из вышеизложенного следует, что вид услуги, указанный в рекламе салона красоты «Монро» в газете «Про город Ухта» № 3 (421) от 20.01.2018, на странице 2, является медицинской услугой, следовательно, реклама такой услуги должна распространяться с учетом требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

Рассматриваемая реклама не содержит ни одного из предусмотренных ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе видов предупреждений.

В соответствии с Федеральным законом от 04.05.2011 № 99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности» осуществление медицинской деятельности подлежит лицензированию.

Министерство здравоохранения письмом № 5633/01-33 от 27.03.2018 (вх. № 1615 от 02.04.2018) указало, что на основании п. 46 ст. 12 Федерального закона от 04.05.2011 № 99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности» медицинская деятельность подлежит обязательному лицензированию. Осуществление медицинской деятельности без лицензии является административным правонарушением, ответственность за которое установлена ст. ст. 14.1, 19.20 КоАП РФ.

Согласно письму Территориального органа Росздравнадзора по Республике Коми № 01-35/70 от 21.03.2018 (вх. № 963-э от 21.03.2018, вх. № 1432 от 23.03.2018), по информации с Единого реестра лицензий на осуществление медицинской деятельности салону красоты «Монро» г. Ухта не выдавалась лицензия на осуществление медицинской деятельности.

В соответствии ч. 7 ст. 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.

При таких обстоятельствах реклама, размещенная в газете «Про город Ухта» № 3 (421) от 20.01.2018, на странице 2, распространена с признаками нарушения требований, установленных ч. 7 ст. 7 Закона о рекламе.

При таких обстоятельствах, рассматриваемая реклама размещена с признаками нарушения требований ч. 7 ст. 7 и ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение требований, установленных ч. 7 ст. 7 и ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе, согласно частям 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе, несут и рекламодаделец, и рекламодатель.

Частью 8 ст. 38 Закона о рекламе предусмотрено, что рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований частями 6, 7 ст. 38 Закона о рекламе, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламодаделец – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В силу п. 6 ст. 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Согласно п. 7 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рассматриваемая реклама размещена в газете «Про город Ухта» № 3 (421) от 20.01.2018, учредителем которой, согласно выходным данным указанной газеты, является ООО «Газета».

Из имеющихся материалов обращения усматривается, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Газета».

На основании изложенного, руководствуясь п. 2 ч. 1 ст. 33, ч. 1, 2 ст. 36 Закона о рекламе, пунктами 20, 24 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, п. 3.25 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12,

ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Возбудить производство по делу № Р 15-04/18 по признакам нарушения ч. 7 ст. 7 и ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

2.1. заявителя – <...>;

2.2. лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, – ООО «Газета», адрес места нахождения: 169309, Республика Коми, г. Ухта, ул. Советская, д. 3, офис 23.

3. Назначить дело № Р 15-04/18 к рассмотрению **на 28 мая 2018 года на 14 часов 10 минут** по адресу: Республика Коми, г. Сыктывкар, ул.

Интернациональная, д. 160, корпус А.

4. ООО «Газета» в срок не позднее 24 мая 2018 года представить следующие надлежащим образом заверенные копии документов и письменную информацию:

4.1. Копию устава ООО «Газета» со всеми изменениями, дополнениями и приложениями на дату настоящего определения.

4.2. О рекламодателе, рекламораспространителе и рекламопроизводителе рассматриваемой рекламы (с указанием по каждому такому лицу: полного наименования, адреса места нахождения, Ф.И.О. руководителя, номеров тел./факса – для юридических лиц; Ф.И.О., адреса места регистрации - для физических лиц).

4.3. Копии всех документов со всеми изменениями, дополнениями и приложениями (в том числе, приказов, распоряжений, заявок, договоров, счетов, счетов-фактур, платежных поручений, актов выполненных работ), опосредующих производство, размещение и распространение рассматриваемой рекламы.

4.4. Письменные пояснения каждого последовательно совершенного действия, направленного на производство, размещение и распространение рассматриваемой рекламы.

4.5. Поясняющие, кто определил содержание рассматриваемой рекламы, ее наполнение, кем, когда и каким образом одобрена (утверждена, согласована) реклама, в случае, если реклама не утверждалась и не согласовывалась, представьте соответствующую поясняющую письменную информацию с указанием причин непринятия мер по согласованию.

4.6. О периоде распространения рассматриваемой рекламы, с указанием дат начала и окончания распространения; если распространение продолжается на дату представления ответа – с указанием соответствующей поясняющей информации и даты начала распространения.

4.7. О территории (укажите субъекты Российской Федерации) распространения рассматриваемой рекламы.

4.8. О причинах размещения рассматриваемой рекламы без учета требований ч. 7 ст. 7 и ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

4.9. Пояснения, предоставлялись ли рекламодателем при заказе рассматриваемой рекламы документально подтвержденные сведения о соответствии рекламы требованиям п. 7 ст. 7 Закона о рекламе, в том числе сведения о наличии лицензий на осуществление медицинской деятельности, в том числе на осуществление медицинских услуг, в том числе пилинга (с приложением подтверждающих документов).

4.10. Пояснения, требовало ли ООО «Газета» у рекламодателя при заказе рассматриваемой рекламы предоставления документов, указанных в п. 4.9 настоящего Определения, в порядке ст. 13 Закона о рекламе. Если требовало – укажите, были ли предоставлены рекламодателем соответствующие документы. Если не требовало – укажите причину (с приложением имеющейся переписки).

4.11. О должностном лице ООО «Газета», по вине которого произошло нарушение рекламного законодательства (с приложением копий приказа о назначении на должность, должностной инструкции, служебного контракта (договора, соглашения) со всеми дополнениями, изменениями на дату представления документов и указанием сведений о фактическом месте жительства должностного лица).

4.12. Паспортные данные (копию со 2-ой по 7-ую страницу паспорта) должностного лица, указанного в п. 4.9 настоящего определения, с указанием даты и места рождения, адреса регистрации по месту жительства.

4.13. Письменные объяснения должностного лица, указанного в пункте 4.9 настоящего определения, поясняющие обстоятельства размещения рассматриваемой рекламы в нарушение ч. 7 ст. 7 и ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе, в том числе входил ли в должностные обязанности указанного должностного лица контроль за соответствием размещаемых рекламных материалов требованиям рекламного законодательства в период распространения рассматриваемой рекламы, со ссылкой на должностную инструкцию.

5. **ООО «Газета»** обеспечить явку руководителя (с паспортом и документами, удостоверяющими служебное положение) и (или) представителя (с надлежащим образом оформленной доверенностью) для участия в рассмотрении дела.

6. **Заявителю** явиться лично (с паспортом) и (или) обеспечить явку представителя (с надлежащим образом оформленной доверенностью) для участия в рассмотрении дела.

7. **О возможности рассмотрения дела в отсутствие лиц, участвующих в деле, сообщить не позднее 24 мая 2018 года, предварительно по факсу (8212) 21-41-29** или на электронный адрес: tol1@fas.gov.ru и направить такое обращение по почте.

Примечание:

При ответе на настоящее определение необходимо соблюдение нумерации пунктов, по приложениям необходимо указать, к какому пункту определения

они прилагаются, с указанием номера пункта.

В случае отсутствия документов и письменной информации по отдельным пунктам настоящего определения, укажите на их отсутствие с пояснением причин отсутствия и указанием источника, где запрашиваемое может быть получено.

Представленное на определение должно быть подписано уполномоченным лицом, прилагаемые копии надлежащим образом заверены, подтверждена их достоверность и полнота.

В соответствии с ч. 6 ст. 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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.

Председатель комиссии <...>