

№ 6501/04-01 от 07.06.2016

## РЕШЕНИЕ по делу № 04-01/11-16

«24» мая 2016 года г. Ярославль

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Ярославской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя управления Завьялов М.Ф.,

члены Комиссии – начальник отдела естественных монополий и рекламы Бай-Бородина Л. Ю., ведущий специалист-эксперт Солодяшкина С.Д.,

рассмотрев дело № 04-01/11-16 по признакам нарушения законодательства о рекламе по факту размещения рекламы услуг «Потомственной предсказательницы СЕРАФИМЫ ВАСИЛЬЕВНЫ» с признаками нарушения пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»), в присутствии представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе– ИП <...>

## УСТАНОВИЛА:

<...> привлеченный к участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, на рассмотрение дела не явился, уведомлен надлежащим образом.

В соответствии с пунктом 30 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссией принято решение о рассмотрении дела в отсутствие указанного лица.

Ярославским УФАС России в связи с поступившим 20 января 2016 года обращением физического лица установлен факт размещения в номерах № 49 (117) от 12.12.2015 г. на стр.2, № 50 (118) от 19.12.2015 г. на стр.2, № 1 (120) от 09.01.2016 г. на стр. 2 газеты «ПРО Город Ярославль» статей под названием «Потомственная

предсказательница СЕРАФИМА ВАСИЛЬЕВНА» с признаками нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Дело возбуждено по признакам нарушения пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе») в отношении ИП <...> поскольку в рассматриваемой рекламе услуг «Потомственной предсказательницы СЕРАФИМЫ ВАСИЛЬЕВНЫ» содержится указание «избавлю от алкоголизма раз и навсегда».

Представитель ИП <...> пояснила, что макет рассматриваемой рекламы согласовывался при встрече с <...> который дал пример, того, какой макет ему нужен. Исходя из этого делали макеты. Если были какие-то правки, то <...> согласовывал их по телефону. Номер <...> Адрес местонахождения заказчика не известен. Иных документов, кроме представленных не имеется.

Копии аналогичных пояснений представлены в материалы дела.

Кроме того, представитель ИП <...> также пояснила, что в рассматриваемой рекламе отсутствует указание на лечебные свойства объекта рекламирования, положительное влияние на течение болезни. Так «избавлю от алкоголизма раз и навсегда» не является медицинской услугой, поскольку отсутствует в Номенклатуре медицинских услуг, утвержденной Приказом Министерства здравоохранения и социального развития РФ от 27.11.2011 г. № 1664н. Указанное не является медицинской услугой также и потому, что в принципе осуществляется без вмешательства в организм человека. Более того, в рассматриваемой рекламе у слов «избавлю от алкоголизма раз и навсегда» стоит ссылка, под которой указано, что это не является медицинской услугой. Соответственно, и читателями это воспринимается не как медицинская услуга, и не вводит их в заблуждение относительно характера предоставляемой услуги. То есть предсказательница применяет в своей работе не медицинские методы, занимается не лечением, а «избавлением», что медицинской услугой не является.

Копии аналогичных пояснений также представлены в материалы дела (вх. 2818 от 28.03.2016).

Рассмотрев материалы дела, заслушав представителя ИП <...> Комиссия пришла к следующим выводам.

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе») реклама – информация, распространяемая любым способом, в любой форме и использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование и поддержание интереса к нему, и его продвижение на рынке.

Пункт 2 той же статьи определяет объект рекламирования как 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.

Информация в номерах № 49 (117) от 12.12.2015 г. на стр.2, № 50 (118) от 19.12.2015 г.

на стр.2, № 1 (120) от 09.01.2016 г. на стр. 2 газеты «ПРО Город Ярославль» в статьях под названием «Потомственная предсказательница СЕРАФИМА ВАСИЛЬЕВНА» обладает всеми вышеперечисленными признаками и, следовательно, является рекламой. Объектом рекламирования в данной статье выступают услуги «Потомственной предсказательницы СЕРАФИМЫ ВАСИЛЬЕВНЫ», в частности, указано «избавлю от алкоголизма раз и навсегда».

В соответствии с пунктом 6 части 5 статьи 5 ФЗ «О рекламе» в рекламе не допускается указание на лечебные свойства, то есть положительное влияние на течение болезни, объекта рекламирования, за исключением такого указания в рекламе лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий.

Согласно Международной классификации заболеваний 10-го пересмотра, разработанной Всемирной организацией здравоохранения (МКБ-10), в разделе F00-F99 Класс V Психические расстройства и расстройства поведения, F10-F19 Психические расстройства и расстройства поведения, связанные с употреблением психоактивных веществ, в частности F 10 Психические расстройства и поведенческие расстройства, вызванные употреблением алкоголя, указан F1x.2 синдром зависимости от алкоголя.

Как указывает Всемирная организация здравоохранения на официальном сайте данной организации в сети Интернет <http://www.who.int/ru/> в разделе «Терминология и классификация» [http://www.who.int/substance\\_abuse/terminology/definition1/ru/](http://www.who.int/substance_abuse/terminology/definition1/ru/), в Десятом пересмотре Международной статистической классификации болезней и проблем, связанных со здоровьем, (МКБ-10) синдром зависимости определяется как комплекс физиологических, поведенческих и когнитивных явлений, при которых употребление психоактивного вещества или класса психоактивных веществ начинает занимать более важное место в системе ценностей человека, чем другие формы поведения, которые ранее были более важными для него. Основной описательной характеристикой синдрома зависимости является желание (часто сильное, иногда непреодолимое) употреблять психоактивные средства (которые могут быть или не быть предписаны врачом), алкоголь или табак.

Таким образом, синдром алкогольной зависимости, является заболеванием, относящимся к разряду психических и поведенческих расстройств, вызванных употреблением алкоголя, выражающееся в сильном, иногда непреодолимом желании употреблять указанное психоактивное вещество.

В рассматриваемой рекламе услуг «Потомственной предсказательницы СЕРАФИМЫ ВАСИЛЬЕВНЫ» указано «избавлю от алкоголизма раз и навсегда», что является нарушением требований пункта 6 части 5 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Согласно частям 6, 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение пункта 6 части 5 статьи 5, пункта 7 статьи 7 Закона несет рекламодатель и рекламодатель и рекламодатель.

В соответствии с пунктом 8 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в [частях 6](#) и [7](#) настоящей статьи, в случае, если будет доказано, что

нарушение произошло по его вине.

Пункт 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» определяет рекламодателя как изготовителя или продавца товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

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

Согласно пункту 6 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламопроизводитель является лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Общество с ограниченной ответственностью «Про Город 76» ранее в ответе на запрос Ярославского УФАС России (вх. № 1688 от 18.02.2015) представляло пояснения, согласно которым редакцией газеты «PRO Город Ярославль» является ИП<...> в соответствии с уставом редакции.

Также ООО «Про Город 76» предоставлен устав редакции от 13.10.2014 г. (вх. № 1688 от 18.02.2015, вх. № 12094 от 27.11.2015), согласно которого редакцией газеты «PRO Город Ярославль» является ИП <...>

ИП <...> предоставлены пояснения по поводу нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (вх. № 2818 от 28.03.2016), в которых, в частности, указано, что по договору заказчиком рекламы является физическое лицо <...>, который не является индивидуальным предпринимателем. На № 1 (120) от 09.01.2016 г. счет не выставлялся, поэтому акты выполненных работ и приходный кассовый ордер предоставить не можем.

К указанным пояснениям ИП <...> в частности, приложены копии следующих документов, а именно, копия договора № 116 от 20.08.2013 г., копия актов № 1670 от 26.12.2015 г., № 1695 от 19.12.2015 г., копии приходных кассовых ордеров № 1011 от 21.12.2015 г., № 984 от 10.12.2015 г.

В акте № 1670 от 26.12.2015 г. указаны услуги по размещению рекламы в газете «PRO Город 76» 2015 г. № 49 (24 модуля). В акте № 1695 от 19.12.2015 г. указаны услуги по размещению рекламы в газете «PRO Город 76» 2015 г. № 50 (24 модулей).

ИП <...> предоставлены также дополнительные пояснения по поводу нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (вх. № 3707 от 19.04.2016), в которых, в частности, указано, что макет рассматриваемой рекламы согласовывался при встрече с <...> который дал пример такого макета, который ему нужен. Исходя из этого делали макеты. Если какие-то были правки, то <...> согласовывал их по телефону с номером <...> Адрес местонахождения заказчика не известен. Иных документов не имеется.

В соответствии со статьей 12 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе" рекламные материалы или их копии, в том числе все вносимые в них изменения, а также договоры на производство, размещение и распространение рекламы должны храниться в течение года со дня последнего распространения рекламы или со дня окончания сроков действия таких договоров, кроме документов, в отношении которых законодательством Российской Федерации

установлено иное.

Поскольку ИП <...> не предоставлены заявка к договору на изготовление и размещение рассматриваемой рекламы, счета, согласованный макет, то в данном случае установлено нарушение статьи 12 ФЗ «О рекламе».

Следовательно, ИП <...> не выполнила требование статьи 12 ФЗ «О рекламе» по хранению рекламных материалов или их копий в отношении рассматриваемой рекламы в течение установленных Законом сроков.

Ответственность за нарушение сроков хранения рекламных материалов или их копий, а также договоров на производство, размещение или распространение рекламы, установленных законодательством о рекламе, предусмотрена статьей 19.31 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

ПАО «ВымпелКом» в ответ на запрос Ярославского УФАС России указало, что абонентские номера +7-906-639-51-70, +7(4852)59-51-70 выделены гражданину <...> по договору об оказании услуг связи Билайн от 28.05.2015 г.

Данные номера указаны в тексте рассматриваемой рекламы в качестве контактных.

<...> не предоставил сведений и документов относительно распространения рассматриваемой рекламы.

Таким образом, на основании изложенного, а также представленных в материалы дела документов и пояснений, рекламодателем, рекламопроизводителем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ИП <...>

Следовательно, ИП <...> как рекламодатель, рекламопроизводитель и рекламораспространитель рассматриваемой рекламы нарушила требования пункта 6 части 5 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

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

Ответственность за нарушения требований пункта 6 части 5 статьи 5 ФЗ «О рекламе» предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 4, 26, 37-43, 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу услуг «Потомственной предсказательницы СЕРАФИМЫ ВАСИЛЬЕВНЫ», размещенную в номерах № 49 (117) от 12.12.2015 г. на стр.2, № 50 (118) от 19.12.2015 г. на стр.2, № 1 (120) от 09.01.2016 г. на стр. 2 газеты «PRO Город Ярославль», поскольку в данном случае нарушены требования пункта 6

части 5 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

2. Признать ИП <...> нарушившей требования статьи 12 ФЗ «О рекламе» в связи с не хранением заявки к договору на изготовление и размещение рассматриваемой рекламы, счета, согласованного макета рассматриваемой рекламы.

3. Выдать ИП <...> предписание об устранении нарушений законодательства Российской Федерации о рекламе.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Ярославского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 и статьей 19.31 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме «06» июня 2016 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии М.Ф. Завьялов

Члены Комиссии: Л. Ю. Бай-Бородина

С.Д. Солодяшкина