

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе <....> , рассмотрев обращение гражданина (вх. 1795/ж от 31.07.2014г.) о проверке соблюдения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения в рекламно-информационном журнале «Совет и Любовь» июнь-сентябрь 2014г. (№13) на странице 55 рекламы СПА-салона «ЭРОЛ», с текстом «...Массаж (антицеллюлитный, лечебный, релаксирующий, турецкий, индийский, медовый, баночный), содержащую признаки нарушения части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.06. № 38-ФЗ «О рекламе»,

установил:

Согласно ст.33, 34 Федерального закона от 13.03.06. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе») Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее - Управление) осуществляет в пределах своих полномочий государственный надзор за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе.

В соответствии с данными полномочиями Управлением установлен факт размещения в рекламно-информационном журнале «Совет и Любовь» июнь-сентябрь 2014г. (№13) на странице 55 рекламы СПА-салона «ЭРОЛ», с текстом «... Массаж (антицеллюлитный, лечебный, релаксирующий, турецкий, индийский, медовый, баночный), содержащую признаки нарушения части 7 статьи 24 «О рекламе».

В целях установления рекламодателя Управлением был направлен запрос о предоставлении информации (№ РБ-08/12063 от 19.08.2014г.) в адрес редакции рекламно-информационного журнала «Совет и Любовь» - ИП <....>.

В ответ на указанный запрос Управлению от ИП <....> были представлены письменные объяснения (вх. №9044 от 29.08.2014г.) с приложением следующих документов:

договор №10/XIII от 27.05.2014г. на изготовление полиграфической продукции;

наряд-заказ от 27.05.2014г. (приложение №1 к договору №10/XIII от 27.05.2014г.);

согласованный ИП <....>. и ИП <....>. макет рекламы;

акт выполненных работ №87 от 27.05.2014г.;

счет №87 от 27.05.2014г.;

платежное поручение №10412 от 26.08.2014г.

Исходя из анализа представленных документов следует, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП <....>., а рекламодателем – ИП <....>.

Согласно акту выполненных работ №87 от 27.05.2014г. ИП <....>. претензий по объему, качеству и срокам оказания услуг не имеет. оказанные услуги оплачены полностью, что подтверждается платежным поручением №10412 от 26.08.2014г.

В пункте 1 статьи 3 Закона «О рекламе» дано понятие рекламы — 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.

Информация, размещенная в рекламно-информационном журнале «Совет и Любовь» июнь-сентябрь 2014г. (№13) на странице 55 рекламы СПА-салона «ЭРОЛ», с текстом «...Массаж (антицеллюлитный, лечебный, релаксирующий, турецкий, индийский, медовый, баночный), содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; распространена в печатном издании; преследует строго заданные цели информирования: продвижение на рынке, призвана формировать и поддерживать интерес к услугам, предоставляемым соответствующим рекламодателем.

Постановление Правительства Российской Федерации от 16.04.2012 № 291 «О лицензировании медицинской деятельности» относит массаж к перечню работ (услуг), составляющих медицинскую деятельность и подлежащих лицензированию.

Номенклатурой медицинских услуг (утверждена Приказом Минздравсоцразвития России №1664н от 27 декабря 2011 г. «Об утверждении номенклатуры медицинских услуг») установлено, что массаж (общий массаж А21.01.001, массаж лица А21.01.002, массаж шеи 21.01.003 и др.) относится к медицинским услугам. Кроме того, в вышеуказанном Приказе Минздравсоцразвития России №1664н от 27.11.2011г. отмечается, что включение в номенклатуру медицинских услуг различных наименований массажа, которые могут быть сформулированы по маркетинговым, историческим, географическим и иным соображениям и признакам, невозможно. То есть ни законодатель, ни какой-либо другой орган в сфере здравоохранения просто не может перечислять многочисленные виды массажа, как их именуют фирмы в коммерческих целях. Таким образом, любой массаж: релаксирующий, расслабляющий, восточный, китайский, тайский, оздоровительный, медицинский, антицеллюлитный и т.д. подлежит лицензированию.

Согласно части 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 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.

Потребителями рассматриваемой рекламы не являются исключительно медицинские и фармацевтические работники, следовательно, на данную рекламу распространяются требования части 7 статьи 24 Закона «О рекламе».

Поскольку вышеуказанная реклама не сопровождалась предупреждением о наличии противопоказаний и необходимости получения консультации специалистов, рассматриваемая реклама распространялась в нарушение требований части 7 статьи 24 Закона «О рекламе».

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

Согласно частям 6, 7 статьи 38 Закона «О рекламе» следует, что за нарушение требований части 7 статьи 24 Закона «О рекламе» несет ответственность рекламодатель и рекламораспространитель.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона «О рекламе» рекламодатель – это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Закона «О рекламе» рекламораспространитель – это лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

определил:

Возбудить производство по делу №08-646/2014 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Признать лицами, в действиях которых содержатся признаки нарушения Закона «О рекламе», индивидуального предпринимателя <....> и индивидуального предпринимателя <....>;

Назначить дело №08-646/2014 к рассмотрению на 29 октября 2014 г. в 15 ч. 00 мин. по адресу: г. Казань, ул. Московская, д.55, 2-й этаж, зал заседаний.

ИП <....> предоставить в срок до 24 октября 2014 г. следующие документы и сведения:

- свидетельство о государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя, ИНН;

- паспортные данные (вторая, третья страница бланка паспорта, страница бланка

паспорта с отметкой о регистрации гражданина по месту жительства);

- письменное объяснение по делу, при наличии возражений – нормативное и документальное их обоснование;

5. ИП <...> предоставить в срок до 24 октября 2014 г. следующие документы и сведения:

- свидетельство о государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя, ИНН;

- паспортные данные (вторая, третья страница бланка паспорта, страница бланка паспорта с отметкой о регистрации гражданина по месту жительства);

- лицензию на осуществление медицинской деятельности;

- письменное объяснение по делу, при наличии возражений – нормативное и документальное их обоснование;

В случае, если какие-либо пункты не реализованы (отсутствуют), указать мотивированную причину отсутствия данных документов или сведений.

При подготовке ответа на данное определение просим формировать ответ по пунктно, согласно списку запрашиваемой информации, а также в сопроводительном письме необходимо указать ссылку на исходящий номер <...> указанный в левом верхнем углу первой страницы запроса

Непредставление в установленный срок сведений по требованию антимонопольного органа, либо представление заведомо недостоверных сведений (информации) влечёт административную ответственность, предусмотренную частью 6 статьи 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Явка индивидуального предпринимателя <...> или ее защитника с доверенностью для участия в конкретном делопроизводстве (№08-646/2014), в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна.

Явка индивидуального предпринимателя <...> или его защитника с доверенностью для участия в конкретном делопроизводстве (№08-646/2014), в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна.