

...

...

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 063/05/24-665/2023

19 октября 2023 года
г. Самара

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

Председатель Комиссии –

Члены Комиссии –,

.....

рассмотрев дело № 063/05/24-665/2023 возбужденное в отношении **ООО «Йорк Менеджмент»** по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно статьи 16, части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее –ФЗ «О рекламе»).

В отсуствии представителя:

заявителя – ..., лицо уведомлялось надлежащим образом посредством почтовой связи, что подтверждается отчетом об отслеживании отправления с идентификатором 80086388973071, атрибутом «вручение адресату 17.09.2023 г.», чеком ККМ от 13.09.2023 г., списком внутренних почтовых отправлений № 151

(партия 614) от 12.09.2023;

в присутствии:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – «Йорк Менеджмент» (... (представитель по доверенности), лицо уведомлялось надлежащим образом посредством почтовой связи, что подтверждается отчетом об отправке отправления с идентификатором 80086388973057 и атрибутом «неудачная попытка вручения 14.09.2023», чеком ККМ от 13.09.2023г., списком внутренних почтовых отправлений № 151 (партия 614) от 12.09.2023г.;

заинтересованного лица

эксперта _____

переводчика _____

УСТАНОВИЛА:

В адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Самарской области (далее - Самарское УФАС России) поступило заявление ... (далее – Заявление) в отношении журнала «Топ Менеджмент Тольятти» (далее – Журнал), о наличии признаков нарушения статьи 16, части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее –ФЗ «О рекламе») в выпуске «Июнь 2023» на стр. 5, 18-19, 30-31.

Из материалов Заявления следует, что в июньском выпуске 2023 г. Журнала:

1. На стр. 18-19 содержится рекламный материал о услугах Стоматолога-хирурга, имплантолога хирурга ... по следующим адресам: г.... содержится следующая реклама медицинских услуг: «Хирургия и все, что с ней связано: удаление зубов, имплантация любой степени сложности, наращивание костной ткани и десневая пластинка, так называемая мукогингивальная хирургия». Также представленный Заявителем рекламный образец был полностью осмотрен на момент обнаружения других возможных нарушений ФЗ «О рекламе»
2. Так на стр. 5 Журнала был обнаружен рекламный материал следующего содержания: «... Массаж для здоровья, души и тела: общий массаж всего тела, тантрический массаж, антицеллюлитный, лимфодренажный массаж, медовый, массаж отдельный зон...салон Ля Fresh»
3. На стр. 30-31 «Базальная имплантация...Импланты фиксируются прочно и позволяют восстановить все функции ...может применяться при сильной атрофии костных тканей ...демократичные цены». Указанные рекламные материалы содержатся без пометки «реклама», а также не выполняется

требование части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе», что реклама медицинских услуг должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний и получения консультации специалистов, размер предупреждения должен составлять - не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 ФЗ «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.

Согласно пункту 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» объектом рекламирования является 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.

Указанная информация в данном выпуске Журнала подпадает под понятие рекламы, так как адресована неопределённому кругу лиц, следовательно должна соответствовать требованиям ФЗ «О рекламе».

В соответствии со статьей 16 ФЗ «О рекламе» размещение текста рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должно сопровождаться пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы». Объем рекламы в таких изданиях должен составлять не более чем сорок пять процентов объема одного номера периодических печатных изданий. Требование о соблюдении указанного объема не распространяется на периодические печатные издания, которые зарегистрированы в качестве специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера и на обложке, и в выходных данных которых содержится информация о такой специализации.

В соответствии с частью 7 статьи 24 ФЗ «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).

Журнал не специализируется на сообщениях и материалах рекламного характера.

Из материалов Заявления усматривается, что Рекламные образцы не сопровождаются в указанном выпуске Журнала пометкой «реклама» или «на правах рекламы», а также отсутствует предупреждение о наличии противопоказаний и получения консультации специалистов.

Таким образом, Рекламные образцы в июньском выпуске 2023 г. Журнала на стр. 5, 18-19, 30-31 содержат признаки нарушения статьи 16, части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных статьей 16, частью 7 статьей 24 настоящего закона.

Рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (пункт 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе»).

Из представленных в Заявлении данных следует, что ООО «Йорк Менеджмент» является издателем Журнала.

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,

Исходя из изложенного следует, что данная реклама нарушает пункт 4 часть 5 статьи 5, части 7 статьи 5, части 7 статьи 7, часть 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе».

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 24-26 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Самарское УФАС России возбудило производство по делу № 063/05/24-665/2023 от 10.08.2023 в отношении ООО «Йорк Менеджмент» по признакам нарушения рекламного законодательства, назначила рассмотрение дела на 05.10.2023 года.

ООО «Йорк Менеджмент» не предоставили письменные пояснения. На заседании представитель ООО «Йорк Менеджмент» заявил, что они допустили ошибки в оформлении журнала, ввиду неопытности в данной сфере.

Заслушав объяснения ООО «Йорк Менеджмент», всесторонне рассмотрев, полно и объективно изучив и проанализировав материалы дела № 063/05/24-665/2023, Комиссия Самарского УФАС России приходит к следующим выводам.

Согласно пункту 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе», реклама – это информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Согласно статьи 3 ФЗ «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; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

1. В п. 22 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указано, что согласно части 7 статьи 24 Закона о рекламе, реклама лекарственных средств и медицинских услуг должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению.

В рассматриваемой рекламной информации объектом рекламирования является оказание услуг массажиста ... (салон Ля Fresh) «общий массаж всего тела, расслабляющий, тантрический, антицеллюлитный, лимфодренажный, медовый, массаж отдельных зон», услуг стоматолога-хирурга, имплантолога ... (стоматология «Зубки», Центральная стоматология им. Беззубова) «удаление зубов, имплантация любой степени сложности, наращивание костной ткани и десневая пластика», услуг ортодонта, специалиста по детской и взрослой стоматологии (клиника Улыбка плюс) «восстановление любого количества утраченных зубов...»

В рекламе лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий, 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).

Вместе с тем ФЗ «О рекламе» не содержит норм, определяющих каким именно образом необходимо осуществлять размещение текста в рекламе, но информация должна быть четко и ясно доведена до потребителей рекламы для адекватного восприятия.

По мнению специалистов ФАС России, площадь предупреждения следует рассчитывать исходя из соотношения площади всего рекламного макета (рекламного объявления) и площади пространства, занимаемой текстом предупреждения, что подтверждается постановлением Арбитражного суда Северо-Кавказского округа от 06.03.2020 N Ф08-946/2020 по делу № А63-12076/2019.

При этом, расчет площади такого предупреждения (надписи) осуществляется,

исходя из аналогии с так называемым размером «кегля шрифта», принятым в издательском деле.

Согласно ГОСТу 29.130-97 - Издания. Термины. Определения. под размером «кегля шрифта» понимается размер шрифта, соответствующий расстоянию между верхней и нижней гранями литеры. Литера - металлический брусочек с выпуклым изображением печатного знака, употребляемый в типографском наборе.

Следовательно, реклама таких услуг должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

При изучении ст. 18-19, 30-31 было выявлено, что реклама услуг массажиста ... (салон Ля Fresh) «общий массаж всего тела, расслабляющий, тантрический, антицеллюлитный, лимфодренажный, медовый, массаж отдельных зон», услуг стоматолога-хирурга, имплантолога ... (стоматология «Зубки», Центральная стоматология им. Беззубова) «удаление зубов, имплантация любой степени сложности, наращивание костной ткани и десневая пластика», услуг ортодонта, специалиста по детской и взрослой стоматологии (клиника Улыбка плюс) «восстановление любого количества утраченных зубов...» не сопровождается предупреждением о необходимости консультации со специалистом.

2. В соответствии со статьей 16 ФЗ "О рекламе" размещение текста рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должно сопровождаться пометкой "реклама" или пометкой "на правах рекламы". Объем рекламы в таких изданиях должен составлять не более чем сорок пять процентов объема одного номера периодических печатных изданий. Требование о соблюдении указанного объема не распространяется на периодические печатные издания, которые зарегистрированы в качестве специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера и на обложке и в выходных данных которых содержится информация о такой специализации.

Согласно статье 2 Закона РФ от 27.12.1991 N 2124-1 "О средствах массовой информации" под средством массовой информации понимается периодическое печатное издание, сетевое издание, телеканал, радиоканал, телепрограмма, радиопрограмма, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации под постоянным наименованием (названием).

Под периодическим печатным изданием понимается газета, журнал, альманах, бюллетень, иное издание, имеющее постоянное наименование (название), текущий номер и выходящее в свет не реже одного раза в год.

В соответствии со Свидетельством о регистрации средства массовой

информации ПИ N ТУ63-01015 от 06.07.2023, которое ООО «Йорк Менеджмент» предоставили на заседании периодическое печатное издание «Топ Менеджмент» зарегистрировано в качестве средства массовой информации, имеющего специализацию: "Рекламное СМИ", однако на момент выпуска июньского журнала, данным статусом не обладало.

В связи с этим, на указанное печатное издание распространяются требования статьи 16 Закона "О рекламе" в части отсутствия пометок «реклама», «на правах рекламы».

Комиссия Самарского УФАС России усматривает в действиях ООО «Йорк Менеджмент» нарушения статьи 16, части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных статьей 16, части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе».

Рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (пункт 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе»).

ООО «Йорк Менеджмент» является рекламодателем рассматриваемой рекламы, что подтверждается следующими обстоятельствами:

1. Заявление о нарушении рекламного законодательства (вх. № 9243/23 от 27.07.2023 г.)
2. Служебной запиской от 10.08.2023 года;
3. Определением о возбуждении дела № 063/05/24-665/2023 и назначении дела к рассмотрению от 10.08.2023 года;
4. Устными пояснениями ООО «Йорк Менеджмент»

Одной из целей ФЗ «О рекламе» является реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы (статья 1 ФЗ «О рекламе»). Закон направлен на предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Регулирование отношений, возникающих в сфере распространения рекламы, имеет своей целью обеспечение эффективного баланса интересов потребителей рекламы и заказчиков рекламы, рекламопроизводителей и рекламодателей.

Пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» установлено, что реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

У Самарского УФАС России имеются сведения о том, что нарушение

прекращено в связи с чем Комиссия Самарского УФАС России пришла к выводу не выдавать предписание ООО «Йорк Менеджмент» о прекращении нарушения рекламного законодательства.

На основании вышеизложенного и руководствуясь частью 1 статьи 36 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42-50 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ООО «Йорк Менеджмент», нарушившим требования статьи 16, части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе», выразившихся в отсутствии пометки реклама, а также отсутствии предупредительной надписи, содержащей противопоказания и консультации специалиста в журнале «Топ Менеджмент» на ст. 5, 18-19, 30-31.

2. Предписание ООО «Йорк Менеджмент» о прекращении нарушения рекламного законодательства не выдавать.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Самарского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 и 5 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении должностного лица - директора ООО «Йорк Менеджмент» -

Резолютивная часть решения оглашена 5 октября 2023 года.

Решение изготовлено в полном объеме 19 октября 2023 года.

Решение может быть обжаловано в Арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

...

Члены Комиссии

...

...