

№ 6497/04-01 от 07.06.2016

ООО «Агентство связи»

Звенигородское шоссе, д. 3 А, кв. 145,

г. Москва, 123022

РЕШЕНИЕ по делу № 04-01/09-16

«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 № 04-01/09-16 по признакам нарушения законодательства о рекламе по факту размещения рекламы услуг «сильнейшей паломницы из Болгарии» 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:

ООО «Агентство связи», привлеченное к участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, на рассмотрение дела не явилось, уведомлено

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. 15, № 50 (118) от 19.12.2015 г. на стр. 16, № 51 (119) от 26.12.2015 г. на стр. 4, № 1 (120) от 09.01.2016 г. на стр. 12 газеты «PRO Город Ярославль» статей под названием «Из Болгарии чудо творит сильнейшая паломница...» 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 «сильнейшей паломницы из Болгарии» содержится указание «паломница исцелит руками на энергетическом уровне, от боли, недуга...».

Представитель ИП <...> пояснила, что макет рассматриваемой рекламы согласовывался при встрече с <...>, которая показывала примеры того какой макет ей нужен. На встречу привозили несколько вариантов макетов, <...> выбрала один из них. Заказчик согласовывал макет, в дальнейшем макет был немного изменен, в связи с просьбой заказчика по электронной почте. Общее содержание макета оставалось прежним (согласованный макет и переписку прилагаем). Адрес заказчика не известен, акты выполненных работ были направлены заказчику по электронной почте, подписанные документы не вернулись.

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 «исцеление руками на энергетическом уровне» не является медицинской услугой. Исцеление на энергетическом уровне - 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, а происходит на энергетическом уровне. Более того, в рекламе у слов «исцелит руками» стоит ссылка, под которой указано, что это не является медицинской услугой. Соответственно, и читателями это воспринимается не как медицинская услуга, и не вводит в заблуждение относительно характера предоставляемой услуги. То есть паломница применяет в своей работе не медицинские методы, занимается не лечением, а «исцелением», «на энергетическом уровне», что медицинской услугой не является.

Копии аналогичных пояснений также представлены в материалы дела (вх. 2819 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. 15, № 50 (118) от 19.12.2015 г. на стр. 16, № 51 (119) от 26.12.2015 г. на стр. 4, № 1 (120) от 09.01.2016 г. на стр. 12 газеты «PRO Город Ярославль» в статьях под названием «Из Болгарии чудо творит сильнейшая паломница...» обладает всеми вышеперечисленными признаками и, следовательно, является рекламой. Объектом рекламирования в данной статье выступают услуги «сильнейшей паломницы из Болгарии», в частности, указано «паломница исцелит руками на энергетическом уровне, от боли, недуга...».

Кроме того, 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.

Таким образом, указание на лечебные свойства, то есть положительное влияние на течение болезни, в рекламе народной медицины не допускается.

В толковых словарях В. И. Даля, С. И. Ожегова и других, указано, что слово «недуг» означает, в частности, болезнь.

В рассматриваемой рекламе услуг «сильнейшей паломницы из Болгарии» содержится указание «паломница исцелит руками на энергетическом уровне, от боли, недуга...», 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 Закона несут рекламодаделец 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 рекламодавца 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» рекламодателем

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 которых 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. № 2819 от 28.03.2016), в которых, в частности, указано, что по договору заказчиком рекламы является физическое лицо Макарова С. И., которая не является индивидуальным предпринимателем. Договор, заявка, акты выполненных работ, счета на оплату были направлены заказчику на подписание и ИП <...> не вернулись. К настоящему времени реклама не оплачена.

К указанным пояснениям ИП <...> , в частности, приложены копии следующих документов, а именно, копия договора № 51 от 01.12.2015 г., копия заявки на размещение рекламы к указанному договору, копии актов сдачи-приемки оказанных услуг № 128 от 13.01.2016 г., № 71 от 20.12.2015 г., копии счетов № 1449 от 09.12.2015 г., № 1128 от 24.12.2015 г.

В акте № 128 от 13.01.2016 г. указаны услуги по размещению рекламы в газете «PRO Город 76» 2016 г. 1 (9 модулей). В акте № 71 от 20.12.2015 г. указаны услуги по размещению рекламы в газете «PRO Город 76» 2015 г. № 49 (9 модулей), № 50 (9 модулей), № 51 (24 модуля). В счетах № 1449 от 09.12.2015 г., № 1128 от 24.12.2015 г. указаны аналогичные данные.

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.

ИП <...> предоставлены пояснения по поводу нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (вх. № 3675 от 19.04.2016), в которых, в частности, указано, что макет рекламы согласовывался при встрече с <...>., которая показывала примеры того, какой макет ей нужен. На встречу привозили несколько вариантов макетов, <...> выбрала один из них. Заказчик согласовывал макет, в дальнейшем макет был немного изменен, в связи с просьбой заказчика по электронной почте. Общее содержание макета оставалось прежним (согласованный макет и переписку прилагаем). Адрес заказчика не известен, акты

выполненных работ были направлены заказчику по электронной почте, подписанные документы не вернулись.

К указанным пояснениям ИП <...> приложены копия согласованного макета, скриншот экрана с перепиской о согласовании макета.

Комиссией установлено, что представленные ИП <...> документы не позволяют определить, в каком виде был окончательно согласован макет для размещения рекламы.

Поскольку ИП <...> не предоставлен согласованный макет рассматриваемой рекламы, 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 сообщило, что абонентский номер <...> -967-294-34-34 выделен ООО «Агентство связи» по договору об оказании услуг связи Билайн № 569445068 от 26.09.2015) Копия договора представлена в материалы дела.

Данный абонентский номер <...> -967-294-34-34 указан в рекламе в качестве контактного.

ООО «Агентство связи» не предоставило сведений и документов относительно распространения рассматриваемой рекламы.

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

Следовательно, ИП <...> как рекламодаделец, 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 «сильнейшей паломницы из Болгарии», размещенную в номерах № 49 (117) от 12.12.2015 г. на стр. 15, № 50 (118) от 19.12.2015 г. на стр. 16, № 51 (119) от 26.12.2015 г. на стр. 4, № 1 (120) от 09.01.2016 г. на стр. 1 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 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