

РЕШЕНИЕ

по делу № 055/05/24-720/2022

04 октября 2022 года

город

Омск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее - Омское УФАС России, Управление) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председателя Комиссии – <...>, заместитель руководителя управления,

члены Комиссии: <...>,

рассмотрев дело № 055/05/24-720/2022 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения <...> (далее – <...>) рекламы, содержащей признаки нарушения требований части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в отсутствие <...> (ходатайство от 03.10.2022 вх. № 9745э)

УСТАНОВИЛА:

В результате проведения мероприятий по контролю за соблюдением обязательных требований Федерального закона «О рекламе» 10.08.2022 Омским УФАС России выявлен факт распространения на крыльце торгового дома «Арбат», расположенного по адресу: г. Омск, ул. 10 лет Октября 113, информации следующего содержания: «МАССАЖ ·лечебный ·антицеллюлитный ·массаж лица т. <...> <...> ул. 10 лет Октября, 113, ТК «Арбат», 2 этаж».

По определению, данному статьей 3 Федерального закона «О рекламе»:

реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме, 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;

объект рекламирования - это 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 - это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками – распространена наружным способом в адрес неопределенного круга лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования - услугам по массажу.

При этом указанная реклама распространена с нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе:

Федеральным законом от 21.11.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» установлены следующие понятия:

медицинская помощь - комплекс мероприятий, направленных на поддержание и (или) восстановление здоровья и включающих в себя предоставление медицинских услуг;

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

медицинское вмешательство - выполняемые медицинским работником и иным работником, имеющим право на осуществление медицинской деятельности, по отношению к пациенту, затрагивающие физическое или психическое состояние человека и имеющие профилактическую, исследовательскую, диагностическую, лечебную, реабилитационную направленность виды медицинских обследований и (или) медицинских манипуляций, а также искусственное прерывание беременности.

Приказом Минздрава России от 13.10.2017 № 804н «Об утверждении номенклатуры медицинских услуг» утверждена Номенклатура медицинских услуг (далее - Номенклатура), представляющая собой систематизированный перечень кодов и наименований медицинских услуг в здравоохранении.

На основании положений Номенклатуры перечень медицинских услуг разделен на два раздела «А» и «В»:

- раздел «А» включает медицинские услуги, представляющие собой определенные виды медицинских вмешательств, направленные на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющие самостоятельное законченное значение;

- раздел «В» включает медицинские услуги, представляющие собой комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение.

Такая услуга как **массаж** относится к классу «А», к типу медицинской услуги – лечение с помощью простых физических воздействий на пациента (массаж, иглорефлексотерапия, мануальная терапия), и включает в себя следующие виды: общий массаж медицинский (код медицинской услуги А А21.01.001), массаж лица медицинский (код медицинской услуги А21.01.002); массаж воротниковой области (код медицинской услуги А21.01.003.001), массаж верхней конечности, надплечья и области лопатки (код медицинской услуги А21.01.004.001), массаж плечевого сустава (код медицинской услуги А21.01.004.002), массаж локтевого сустава (код медицинской услуги А21.01.004.003), массаж лучезапястного сустава (код медицинской услуги А21.01.004.004), массаж кисти и предплечья (код медицинской услуги А21.01.004.005), вакуумный массаж кожи (код медицинской услуги А21.01.007), массаж шейно-грудного отдела позвоночника (код медицинской услуги А21.03.002.005) и др.

Согласно позиции ФАС России, указанной в письме от 25.09.2017 № АК/65861/17 «О рекламе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации», **«указание в рекламе способов воздействия на организм человека, полностью совпадающих с наименованием медицинских услуг, содержащихся в Номенклатуре, позволяет квалифицировать такую рекламу в качестве рекламы медицинских услуг, при отсутствии в такой рекламе иной информации, позволяющей выделить иные объекты рекламирования, в том числе при отсутствии в рекламе раскрытия содержания того или иного метода профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации».**

В силу части 7 статьи 24 Федерального 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.

Указанная норма требует включать в содержание рекламы лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий один из видов предупреждения:

- о наличии противопоказаний к их применению и использованию;
- о необходимости ознакомления с инструкцией по применению объекта рекламирования;
- о необходимости получения консультации специалистов.

При этом в зависимости от вида объекта рекламирования рекламодатель самостоятельно вправе определить, какой из этих видов предупреждения использовать в рекламе (письмо ФАС России от 22.06.2020 № ДФ/52241/20).

В нарушение части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» реклама медицинских услуг, распространенная 10.08.2022 на крыльце торгового дома «Арбат», расположенного по адресу: г. Омск, ул. 10 лет Октября 113, не сопровождалась предусмотренным предупреждением.

На запрос Омского УФАС России ООО «СибАлкоТрейд» была представлена информация, согласно которой «...ООО «СибАлкоТрейд» является одним из собственников нежилых помещений, расположенных на первом и втором этажах девятиэтажного многоквартирного жилого дома по адресу: г. Омск, ул. 10 лет Октября, д. 113. Реклама медицинских услуг, размещенная на одном из крылец ТД «Арбат», расположенного по адресу: г. Омск, ул. 10 лет Октября, д. 113, в соответствии с информацией, указанной в данной рекламе, совпадает с данными одного из наших арендаторов.

Согласно договора аренды № 04-А от 01.05.2019 <...> арендует нежилое помещение на втором этаже общей площадью 7,9 кв.м., расположенного по адресу: г. Омск, ул. 10 лет Октября, д. 113, в целях осуществления массажных услуг.

...арендатор за согласованием на размещение рекламы на крыльце ТК «Арбат» в адрес арендодателя не обращался, соответственно какие-либо документы, подтверждающие согласование размещения рекламы, у собственника отсутствуют».

По информации, представленной ПАО «МегаФон» и ПАО «ВымпелКом», указанные в рекламе абонентские номера <...> и <...> выделены <...> на основании договоров на оказание услуг связи № 25320936 от 19.06.2016 и № 11308607 от 23.01.2005 соответственно.

Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (пункт 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

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

Исходя из определений, данных в пунктах 5 и 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», <...> является и рекламодателем, и рекламораспространителем.

Рекламодатель и рекламораспространитель несут ответственность за нарушение требований части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» (статья 38 Федерального закона «О рекламе»).

Определением Омского УФАС России от 08.09.2022 в отношении <...> возбуждено дело № 055/05/24-720/2022 по признакам нарушения требований части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

Рассмотрев материалы дела, Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу о нарушении <...> требований части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» при распространении рекламы медицинских услуг на крыльце торгового дома «Арбат», расположенного по адресу: г. Омск, ул. 10 лет Октября 113.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы, в целях обеспечения реализации права потребителя на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства о рекламе.

Учитывая, что в настоящее время вышеуказанная реклама не распространяется, что подтверждается актом осмотра от 03.10.2022, Комиссия пришла к выводу об отсутствии необходимости в выдаче <...> предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

На основании изложенного, руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42 - 48 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу: «МАССАЖ · лечебный · антицеллюлитный · массаж лица т. <...> <...> ул. 10 лет Октября, 113, ТК «Арбат», 2 этаж», распространенную 10.08.2022 <...> на крыльце торгового дома «Арбат», расположенного по адресу: г. Омск, ул. 10 лет Октября 113, ненадлежащей, нарушающей требования части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

2. Не выдавать <...> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу антимонопольного органа для возбуждения дела об административном правонарушении.

Решение изготовлено в полном объеме 04 октября 2022 года.

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

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии: <...>