

## РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ №15-ФАС22-Р/02-16

Резолютивная часть решения оглашена 21 апреля 2016 года  
г.Барнаул

Решение изготовлено в полном объеме 22 апреля 2016 года

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

<...>

рассмотрев дело №15-ФАС22-Р/02-16 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту размещения и распространения в газете «Яровчане» (№105 июль 2015, летний выпуск) рекламы с признаками нарушения требований Федерального закона «О рекламе»,

в отсутствие лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, рекламораспространителя ИП Нагирного (уведомление о дате и времени рассмотрения дела),

в отсутствие представителя заявителя управления Роскомнадзора по Алтайскому краю и Республике Алтай (уведомление о дате и времени рассмотрения дела),

### УСТАНОВИЛА:

в соответствии с п.30 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, рассмотрение дела в отсутствие сторон возможно лишь в случаях, если имеются данные об их своевременном извещении о месте и времени рассмотрения дела и если от них не поступило мотивированное ходатайство об отложении рассмотрения дела или указанное ходатайство не удовлетворено антимонопольным органом.

В адрес антимонопольного органа ходатайств об отложении рассмотрения дела №15-ФАС22-Р/02-16 не поступало, стороны уведомлены о дате и времени рассмотрения дела надлежащим образом. На основании изложенного, принято решение о рассмотрении дела в отсутствие сторон – управления Роскомнадзора по Алтайскому краю и Республике Алтай, и ИП Нагирного.

В управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю поступило заявление управления Роскомнадзора по Алтайскому краю и Республике Алтай о признаках нарушения требований законодательства Российской Федерации о рекламе при выпуске газеты «Яровчане» (№105 июль 2015, летний выпуск).

Реклама распространена в газете «Яровчане» с признаками нарушения п.6 ч.5 ст.5,

ч. 10.1 ст.5, ст.16, ч.7 ст.24 Федерального закона «О рекламе».

Комиссия, исследовав материалы дела, пришла к следующим выводам.

На страницах 6-7 указанного номера газеты «Яровчане», размещен раздел «ОТРЫВНОЙ календарь», в котором содержится информация рекламного характера о предстоящих мероприятиях: концерты, фестивали, конкурсы и т.д.

В соответствии со ст.3 Федерального закона «О рекламе», под рекламой понимается 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. Рассматриваемая информация полностью соответствует определению понятия «реклама».

Согласно ч. 10.1 ст.5 Федерального закона «О рекламе», не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от 29.12.2010 года №436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», без указания категории данной информационной продукции.

Под информационной продукцией, согласно ст. 2 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» понимаются предназначенные для оборота на территории Российской Федерации продукция средств массовой информации, печатная продукция, аудиовизуальная продукция на любых носителях, программы для электронных вычислительных машин (программы для ЭВМ) и базы данных, а также информация, распространяемая посредством зрелищных мероприятий, и информация, размещаемая в информационно-телекоммуникационных сетях (в том числе в сети Интернет) и сетях подвижной радиотелефонной связи.

В рассматриваемой рекламе содержится указание на информацию, распространяемую посредством зрелищных мероприятий.

Глава 2 Федерального закона «О защите детей и информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» вводит классификацию информационной продукции по пяти категориям:

- 1) информационная продукция для детей, не достигших возраста шести лет (0+);
- 2) информационная продукция для детей, достигших возраста шести лет (6+);
- 3) информационная продукция для детей, достигших возраста двенадцати лет (12+);
- 4) информационная продукция для детей, достигших возраста шестнадцати лет (16+);
- 5) информационная продукция, запрещенная для детей (18+).

Согласно ч.1 ст. 12 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» категория информационной

продукции может обозначаться знаком информационной продукции и (или) текстовым предупреждением об ограничении распространения информационной продукции среди детей.

Таким образом, в рассматриваемой рекламе зрелищного мероприятия отсутствует указание категории информационной продукции, предусмотренное ч.10.1 ст.5 Федерального закона «О рекламе».

На странице 8 в разделе «Здоровье» размещены рекламные статьи об оказываемых услугах на территории г. Яровое: пилинг с помощью живых рыбок «... После процедуры такого необычного пилинга вы почувствуете, что значит «дышать всей кожей», у вас улучшится кровообращение, да и сам процесс такого вот рыбко-оздоровления, говорят, настоящее блаженство..», лечебное озеро «...Есть еще категория так называемых «жадных» купающихся. Прознав, что озеро и впрямь укрепляет иммунитет, а также спасает от кучи хронических болячек...концепция проста: вода Большого Ярового – это лекарство. Избегайте передозировки...», грязевое обертывание «...Эффект почувствуете сразу. Конечно, одного обертывания недостаточно чтобы достичь определенных целей по здоровью, но по крайней мере ваша кожа впитает много полезных веществ...».

Рассматриваемая информация является рекламой, так как содержит признаки, закрепленные в статье 3 Федерального закона «О рекламе».

В вышеуказанной рекламе содержится нарушение п.6 ч.5 ст.5 Федерального закона «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. Рекламируемые услуги не являются медицинскими, в то время как реклама указывает на их лечебные свойства.

Кроме того, содержится информация об услугах массажа, которая также является рекламой: «...люди-массажисты промнут вас от любой усталости, дадут тот самый релакс...антицеллюлитный – 800 р., детский общий – 350 р., массаж рук, ног или воротниковой зоны (на выбор) – тоже 350 р...», также размещен рекламный модуль следующего содержания: «КомильФо Студия Красоты &SPA –парикмахерский зал –косметические услуги –маникюр, педикюр, -массаж –SPA-процедуры -солярий».

Согласно ч.7 ст.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 распространяемой наружной рекламе такому предупреждению должно быть отведено не менее чем 5% 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 реклама является рекламой медицинских услуг (массаж) и содержит нарушение требования ч.7 ст.24 Федерального закона «О рекламе», так как отсутствует предупреждение о противопоказаниях и необходимости получения консультации специалистов.

Кроме того, вся указанная реклама в газете «Яровчане» (№105 июль 2015, летний выпуск) не имеет пометки «реклама» или «на правах рекламы», что содержит нарушение ст.16 Федерального закона «О рекламе», так как согласно свидетельству о регистрации СМИ от 12.05.2011г. ПИ №ТУ 22-0230, газета является информационной (новости города), реклама не более 40%.

Таким образом, рассматриваемая реклама распространена в газете «Яровчане» с нарушением требований п.6 ч.5 ст.5, ч. 10.1 ст.5, ст.16, ч.7 ст.24 Федерального закона «О рекламе».

Согласно ст.38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных ч. 10.1 ст.5, ч.7 ст.24 Федерального закона «О рекламе» несет как рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, так и рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств; за нарушение требования п.6 ч.5 ст.5 ответственность несет рекламодатель, за нарушение требования ст.16 – рекламодатель.

Рекламодателем рассматриваемой рекламы в газете «Яровчане» является учредитель ИП Нагирной.

На основании изложенного, Комиссией установлен факт нарушения ИП Нагирным (ИНН 221100142351) требований ч. 10.1 ст.5, ст.16, ч.7 ст.24 Федерального закона «О рекламе», выразившегося в распространении ненадлежащей рекламы «Яровчане» (№105 июль 2015, летний выпуск).

В адрес управления от заявителя поступили документы, согласно которым ИП Нагирной 11.03.2016г. направил в управление Роскомнадзора по Алтайскому краю и Республике Алтай уведомление о прекращении деятельности СМИ газета «Яровчане». На основании указанного уведомления деятельность периодического печатного издания газеты «Яровчане» (свидетельство о регистрации СМИ ПИ №ТУ 22-0230 от 12.05.2011) прекращена 23.03.2016г. по решению учредителя. Таким образом, распространение ненадлежащей рекламы прекращено.

Руководствуясь п. 1 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42, 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу, размещенную и распространенную в газете «Яровчане» (№105 июль 2015, летний выпуск), ненадлежащей, поскольку при ее размещении и распространении нарушены требования п.6 ч.5 ст.5, ч. 10.1 ст.5, ст.16, ч.7 ст.24 Федерального закона «О рекламе».
2. Признать ИП Нагирного нарушившим требование законодательства Российской Федерации

Федерации о рекламе.

3. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ИП Нагирному не выдавать в связи с нецелесообразностью.

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

<...>