

РЕШЕНИЕ

по делу № 055/05/24-740/2022

12 октября 2022 года

город

Омск

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

председатель Комиссии – (...)

члены Комиссии: (...)

рассмотрев дело № 055/05/24-740/2022 по признакам нарушения (...) части 7 статьи 24, Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в отсутствие (...), извещенной надлежащим образом (трек-номер почтового уведомления 64401072752176)

УСТАНОВИЛА:

05.05.2022 и 14.09.2022 Управлением Федеральной антимонопольной службы по Омской области зафиксирован факт размещения на фасаде дома № 25 по ул. Лукашевича в г. Омске рекламы:

- «Стрижки, окрашивание уход за волосами маникюр педикюр татуаж прокол ушей наращивание ресниц депиляция чистка, пилинги профессиональная косметика для волос 8-913-960-37-93»;
- «Стрижки от 250 руб. окрашивание прически от 600 руб. маникюр 350 руб. гель лак 600 руб. педикюр -1100 руб. татуаж чистка от 400 руб. пилинг от 1000 руб. наращивание ресниц»;
- «Косметология широкий спектр услуг консультация бесплатно! 8913-642-05-01»;
- «Маникюр Педикюр Наращивание ногтей Стрижки Окрашивания Кератин Акция мезотерапия 1000 руб. Чистка лица Пилинги Депиляция» (электронное табло).

По определению, данному в статье 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.

Учитывая правовой смысл и содержание приведенных понятий рекламы и объекта рекламирования, информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах, а также об изготовителе (продавце) такого товара, то есть объекту рекламирования в целом.

Вышеуказанная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками – распространена наружным способом в адрес неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания к различным видам услуг, в том числе «пилинг», «татуаж», «депиляция», «мезотерапия» и другие.

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

Омским УФАС России оператором связи представлена информация, что указанный в рекламе абонентский номер принадлежит (...) на основании договора об оказании услуг связи.

Определением Омского УФАС России от 16.09.2022 в отношении (...) возбуждено дело № 055/05/24-740/2022 и назначено к рассмотрению 12.10.2022 в 15:00 по признакам нарушения части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» (далее – Определение о возбуждении дела).

В ответ на Определение о возбуждении дела (...) представлены письменные пояснения, согласно которым: *«... чистка лица в салоне проводится при помощи специальных масок, растворяющих сальные выделения и без применения каких-либо приборов, травмирующих кожные покровы. Пилинги проводятся не химические, а в виде пилингов-скаток, то есть скрабов, не приводящих к нарушению целостности кожных покровов или ожогов. Массаж лица выполняется косметический, а не медицинский. Перманентный макияж имелось в виду окрашивание бровей при помощи хны, и татуаж временные татуировки красителей, без повреждения кожи. Все эти и другие пояснения косметолог рассказывает клиентам на бесплатных консультациях».*

Рассмотрев материалы дела, принимая во внимание пояснения (...), Комиссия пришла к следующим выводам.

Рекламируемая услуга подразумевает стороннее вмешательство в организм человека.

Федеральным законом от 21.11.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» даны понятия, в том числе:

- 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, представляющая собой систематизированный перечень кодов и наименований медицинских услуг в здравоохранении (далее – Номенклатура).

Согласно положениям 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.

В соответствии с Номенклатурой рекламируемые услуги (депиляция, чистка, пилинги, татуаж) относятся к медицинским, например, очищение кожи лица и шеи (A14.01.005), очищение кожи лица с помощью ложки Уны (A14.01.008), дерматологический пилинг (A16.01.024), пилинг-массаж (A21.01.006), ультразвуковой пилинг (A22.01.001.002); дермапигментация (перманентный татуаж) (A17.30.001), депиляция (A 14.01.012), удаление кожного сала (A14.01.014).

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.

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.

Рассматриваемая реклама не содержит предусмотренного Федеральным законом «О рекламе» предупреждения о наличии противопоказаний или необходимости получения консультации специалистов, что противоречит требованиям части 7 статьи 24

Федерального закона «О рекламе».

Целью размещения в рекламе предупредительной информации такого рода является обеспечение правильного приема лекарственных препаратов, получения медицинских услуг и надлежащей эксплуатации медицинской техники. Поэтому существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированная у потребителя такой рекламой. Отсутствие в рекламе существенной части информации о противопоказаниях и необходимости получения консультации специалистов приводит к искажению рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемым видом услуг.

Более того, (...) в своих пояснениях (вх. Омского УФАС России № 9510э от 26.09.2022) указала (дословно): «Все эти и другие пояснения косметолог рассказывает клиентам на бесплатных консультациях».

В соответствии с Номенклатурой прием (осмотр, консультация) врача-косметолога первичный - (код В01.008.003) является медицинской услугой.

На момент фиксации распространяемой рекламы информация, предусмотренная частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», отсутствовала.

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.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия пришла к выводу о нарушении (...) требований части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» при распространении наружной рекламы.

В силу пункта 1 части 2 статьи 33 Федерального закона «О рекламе» антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На момент вынесения решения в материалах дела отсутствуют доказательства устранения нарушений законодательства Российской Федерации о рекламе.

Учитывая отсутствие доказательств полного устранения нарушения законодательства о рекламе, Комиссия считает необходимым выдать предписание (...).

Руководствуясь статьями 33, 36 Федерального закона «О рекламе», в соответствии с пунктами 42-55 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

Федерации о рекламе, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу (...) «Стрижки, окрашивание уход за волосами маникюр педикюр татуаж прокол ушей наращивание ресниц депиляция чистка, пилинги профессиональная косметика для волос 8-913-960-37-93»;

- «Стрижки от 250 руб. окрашивание прически от 600 руб. маникюр 350 руб. гель лак 600 руб. педикюр -1100 руб. татуаж чистка от 400 руб. пилинг от 1000 руб. наращивание ресниц»;

- «Косметология широкий спектр услуг консультация бесплатно! 8913-642-05-01»;

- «Маникюр Педикюр Наращивание ногтей Стрижки Окрашивания Кератин Акция мезотерапия 1000 руб. Чистка лица Пилинги Депиляция» (электронное табло)», распространенную на фасаде дома № 25 по ул. Лукашевича в г. Омске, ненадлежащей, нарушающей требования части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать (...) предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

Решение изготовлено в полном объеме 20.10.2022

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