ОПРЕДЕЛЕНИЕ

о возбуждении дела № 055/05/24-766/2022 и назначении дела к рассмотрению

26 сентября 2022 года

г. Омск

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее – Омское УФАС России, Управление) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (…) – заместитель руководителя Омского УФАС России, рассмотрев материалы, свидетельствующие о признаках нарушения (…) части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

УСТАНОВИЛА:

В результате проведения мероприятий по контролю за Омским УФАС России зафиксирован факт размещения фасаде торгово-офисного комплекса «Метромолл» (далее – ТОК «Метромолл»), расположенного по адресу: г. Омск, ул. 70 лет Октября, д. 26, рекламы следующего содержания: «Bends body студия массажа классический массаж антицеллюлитный массаж лимфодренажный массаж массаж лица БЦ «Метромолл» 4 этаж, офис 422».

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.

Вышеуказанная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками – распространена наружным способом в адрес неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания к студии массажа «Bends body» и оказываемым ею различным видам массажа.

При этом указанная реклама была распространена с нарушением

законодательства Российской Федерации о рекламе.

Рекламируемые услуги 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 относятся к медицинским, например, общий массаж медицинский (А21.01.001), массаж лица медицинский (А21.01.002) и т.п.

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.

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

Разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции № 555-19 рм на фасаде ТОК «Метромолл» выдано ИП (…)

Администрацией ТОК «Метромолл» представлен договор от 01.07.2022 № 10-07-2022, заключенный между ИП (…) и (…), согласно которому рекламно-информационное место № 10 (далее – РИМ) на фасаде ТОК «Метромолл» передано во временное пользование (…) для размещения рекламно-информационных материалов.

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.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 2, 13, 24,25 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922,

ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Возбудить производство по делу № 055/05/24-766/2022 по признакам нарушения требований части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

2. Признать лицами, участвующими в деле:

- в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – (…)

- заинтересованное лицо индивидуальный предприниматель (…)

3. Назначить дело к рассмотрению на 20.10.2022 в 15:30 часов по адресу: 644010, г. Омск, пр. К. Маркса, д. 12 А, к. 102.

4. (…) в срок **до 18.10.2022** представить в адрес Омского УФАС России:

- пояснения относительно вышеуказанного факта распространения рекламы, нарушающей требования части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе»;

- документы, на основании которых распространялась реклама (договор, согласованный макет рекламы, копии платежных поручений и т.п.).

Ссылка на предоставление возможности участия в рассмотрении дела путем видеоконференцсвязи (далее – ВКС): https://fas3.tconf.rt.ru/c/9125454960.

С инструкцией для участников ВКС можно ознакомиться по ссылке: https://fas.gov.ru/in_ca.pdf.

Председатель Комиссии
(…)