

ОПРЕДЕЛЕНИЕ № 06-10.1/91-2016

о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

09 декабря 2016 года

город Омск

Председатель Комиссии Омского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – и.о. заместителя руководителя Омского УФАС России, рассмотрев материалы, свидетельствующие о признаках нарушения обществом с ограниченной ответственностью «СМИ 55» (далее – ООО «СМИ 55») требований пунктов 4 и 6 части 5 статьи 5, части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе») при распространении рекламы на сайте www.newsomsk.ru

УСТАНОВИЛ:

В адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области поступило заявление физического лица по факту распространения 18 октября 2016 года на сайте www.newsomsk.ru статьи (бьюти-проект) под заголовком «К осени готова», содержащей, по мнению заявителя, рекламную информацию с признаками нарушения законодательства Российской Федерации «О рекламе».

1. В рекламе оптики «Монель» содержатся признаки нарушения пункта 4 части 5 статьи 5 и части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

1.1. Согласно пункту 4 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» в рекламе не допускается использование образов медицинских и фармацевтических работников, за исключением такого использования в рекламе [МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ](#), средств личной гигиены, в рекламе, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники, в рекламе, распространяемой в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, в рекламе, размещенной в печатных изданиях, предназначенных для медицинских и фармацевтических работников.

В рекламе линз торговой марки «Crizal» в салонах оптики «Монель» используется образ врача-офтальмолога, что противоречит требованиям пункта 4 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе». Указание в тексте рекламы профессии лица и его специализации, приведение в рекламе фамилии, имени, отчества врача или фармацевта подпадают под понятие использования образа медицинского либо фармацевтического работника, поскольку позволяют идентифицировать данное лицо и однозначно определить его в качестве медицинского, фармацевтического

работника.

1.2. В соответствии с частью 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, при этом предупреждению должно быть отведено не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

В рекламе линз торговой марки «Crizal», относящихся к офтальмологическим медицинским изделиям в соответствии с Номенклатурной классификации медицинских изделий, утвержденной приказом Министерства здравоохранения Российской Федерации от 06.06.2012 № 4н, отсутствует предупреждение о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

2. В рекламе услуги по висцеральному массажу Центра косметологии и имиджа «Золотое яблоко» также содержатся признаки нарушения части 7 статьи 24 Федерального закона - отсутствует предупреждение о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

Указанная в данной рекламе услуга в соответствии с Номенклатурой медицинских услуг, утвержденной приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 27 декабря 2011 года № 1664н, относится к медицинской услуге (раздел 21 класса А – лечение с помощью простых физических воздействий на пациента (массаж, иглорефлексотерапия, мануальная терапия), следовательно, данная реклама должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

3. В рекламе услуг салона красоты «Дом мадам Ву» (Пантовая бочка, массаж) содержатся признаки нарушения пунктов 4 и 6 части 5 статьи 5, части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

3.1. В рекламе процедуры «Пантовая бочка» используется образ врача-физиотерапевта, что противоречит требованиям пункта 4 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», поскольку использование в рекламе образа медицинского работника допускается лишь в рекламе [медицинских услуг](#), средств личной гигиены.

3.2. Согласно пункту 6 части 5 статьи 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.

Поскольку Пантовая бочка не зарегистрирована как медицинская услуга либо как медицинское изделие, либо как метод профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, указание в рекламе этой процедуры на ее лечебные свойства противоречит требованиям пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

3.3. В рекламе услуги по проведению массажа в салоне красоты «Дом мадам Ву», являющейся медицинской услугой в соответствии с Номенклатурой медицинских услуг, утвержденной приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 27 декабря 2011 года № 1664н, отсутствует предупреждение о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, что противоречит требованиям части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

По определению (пункт 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В силу части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 4 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», несет рекламодаделец.

В силу частей 6 и 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 6 части 5 статьи 5, частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», несут рекламодаделец и рекламодатель.

Согласно информации, размещенной на официальном сайте АО «РСИЦ», администратором доменного имени (владельцем сайта) <http://newsomsk.ru> является ООО «СМИ 55».

В Письме ФАС России от 13.09.2012 г. № АК/29977 указано на то, что поскольку владелец (администратор) сайта осуществляет наполнение данного сайта информацией и обладает правами модератора размещаемой информации, то именно он должен признаваться рекламодателем в случае выявления рекламы, размещенной на данном сайте.

Таким образом, рекламодателем вышеуказанной рекламы на сайте www.newsomsk.ru, т.е. лицом, осуществляющим распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (пункт 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»), является ООО «СМИ 55».

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20 и 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу № 06-10.1/91-2016 по признакам нарушения пунктов 4 и 6 части 5 статьи 5, части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

2. Признать лицами, участвующим в деле:

заявитель –<...>,

лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО «СМИ 55» (ИНН 5503243665, 644043, г. Омск, ул. Орджоникидзе, 7).

3. Назначить дело № 06-10.1/91-2016 к рассмотрению на 21 декабря 2016 года в 15:30 часов по адресу: 644010, г. Омск, пр. Карла Маркса, 12 А, к. 102.

4. ООО «СМИ 55» в срок до 20 декабря 2016 года представить в адрес Управления:

а) пояснения по фактам, указанным в настоящем определении;

б) надлежаще заверенные копии:

- устава ООО «СМИ 55», свидетельств ЕГРЮЛ, ИНН;

- документа, подтверждающего служебные полномочия директора ООО «СМИ 55» (протокол собрания учредителей, приказ о назначении на должность и пр.);

- согласованных с рекламодателями макетов рекламных изображений;

- договоров на распространение вышеуказанной рекламы;

- документов, подтверждающих оплату распространения рекламы.

в) информацию о рекламодателях указанной рекламы (для юридического лица: организационно-правовая форма, наименование, фактический адрес, телефон, Ф.И.О. руководителя; для индивидуального предпринимателя: Ф.И.О., фактический адрес, телефон).

В случае невозможности представления запрашиваемой информации (или ее отсутствия) необходимо письменно уведомить об этом с указанием причин непредставления.

Одновременно предупреждаю, что непредставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), а равно предоставление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо предоставление недостоверных сведений (информации)

влечет за собой административное наказание в виде административного штрафа в соответствии с частью 6 статьи 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Явка представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – ООО «СМИ 55», для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна.