

# РЕШЕНИЕ

по делу № 06-10.1/05-2016

09 февраля 2016 года

город Омск

Комиссия Омского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, рассмотрев дело № 06-10.1/05-2016 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения индивидуальным предпринимателем <...> (далее также – ИП <...>) в журнале «ВЫБИРАЙ соблазны большого города. Омск» № 12 (202) 1-31 декабря 2015 года, № 01 (203) 1-31 января 2016 года рекламы, содержащей признаки нарушения требований статьи 8, части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в присутствии представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ИП <...>,

## УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Управлением Федеральной антимонопольной службы по Омской области выявлены факты распространения в журнале «ВЫБИРАЙ соблазны большого города. Омск» № 12 (202) 1-31 декабря 2015 года, № 01 (203) 1-31 января 2016 года рекламы, содержащей признаки нарушения Федерального закона «О рекламе».

1. Статьи 8 Федерального закона «О рекламе».

Согласно статье 8 Федерального закона «О рекламе» в рекламе товаров при дистанционном способе их продажи должны быть указаны сведения о продавце таких товаров: наименование, место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица; фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя.

Исходя из смысла указанной нормы, в рекламе дистанционной продажи товаров должны быть указаны все необходимые сведения о продавце товаров.

В рекламе доставки пиццы «Русская пицца. Доставка еды», размещенной в журнале «ВЫБИРАЙ соблазны большого города. Омск» № 12 (202), № 01 (203) на страницах 37 и 39 соответственно, содержится неполная информация о продавце товара, а именно: не указано наименование продавца товара (наименование юридического лица либо имя, фамилия, отчество индивидуального предпринимателя).

Таким образом, отсутствие обязательной информации о продавце товара в полном объеме противоречит требованиям статьи 8 Федерального закона «О рекламе».

## 2. Части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

Согласно 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).

В рекламе сети салонов оптики «Сибвизус» (№ 12 стр. 43), предлагающих ; клиники «СибДент» (№ 12, № 01 стр. 52); клиники «СТАТУС Re-age», Центра пластической хирургии доктора Пуценко (№ 12 стр. 52, № 01 стр. 53, стр. 60); салона красоты «Beauty rooms» (№ 12 стр. 53); салона красоты «Kriss Triane» (№ 12 стр. 60, 62, № 01 стр. 60, 61) указаны услуги (подбор очков, прием врача, лечение зубов, протезирование, все виды массажа, удаление пигментных пятен, мезотерапия, эпиляция, пилинг и др.), которые в соответствии с Номенклатурой медицинских услуг, утвержденной приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 27 декабря 2011 года № 1664н, относятся к медицинским услугам, следовательно, реклама таких услуг должна распространяться с соблюдением требований части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

В рекламе медицинских услуг, распространенной в журнале «ВЫБИРАЙ соблазны большого города. Омск» № 12 (202), № 01 (203), необходимое предупреждение отсутствовало.

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

В силу части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных статьей 8, частью 7 статьи 24 настоящего Федерального закона.

Согласно выходным данным, издателем журнала «ВЫБИРАЙ соблазны большого города. Омск» является ИП <...>, который по определению (пункт 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») является рекламодателем, т.е. лицом, осуществляющим распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В соответствии с пунктами 2.7, 2.8 Издательского договора № 14 ИВ/2015 от 26.11.2015, заключенного ИП <...> с учредителем журнала «ВЫБИРАЙ соблазны большого города. Омск» ООО «Издательская группа «Парамон», издатель несет ответственность за соответствие содержания журнала требованиям законодательства. Издатель самостоятельно решает все вопросы, связанные с размещением в журнале рекламы и несет ответственность, вытекающую из его

действий.

Таким образом, рассмотрев материалы дела, заслушав объяснения <...>, Комиссия Омского УФАС России установила факт нарушения индивидуальным предпринимателем <...> требований статьи 8, части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» при распространении рекламы в журнале «ВЫБИРАЙ соблазны большого города. Омск» № 12 (202) 1-31 декабря 2015 года, № 01 (203) 1-31 января 2016 года.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37 - 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу доставки пиццы «Русская пицца. Доставка еды», сети салонов оптики «Сибвизус», клиники «СибДент», клиники «СТАТУС Re-age», Центра пластической хирургии доктора Пуценко, салона красоты «Beauty rooms», салона красоты «Kriiss Triane», распространенную ИП <...> в журнале «ВЫБИРАЙ соблазны большого города. Омск» № 12 (202) 1-31 декабря 2015 года, № 01 (203) 1-31 января 2016 года, поскольку в ней нарушены требования статьи 8, части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».
2. Выдать ИП <...> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Омского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении по части 1 и части 5 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 10 февраля 2016 года.

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

ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе

по делу № 06-10.1/05-2016

09 февраля 2016 года

город Омск

Комиссия Омского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, на основании своего

решения от 09.02.2016 по делу № 06-10.1/05-2016 о признании ненадлежащей рекламы, распространенной ИП <...> в журнале «ВЫБИРАЙ соблазны большого города. Омск» № 12 (202) 1-31 декабря 2015 года, № 01 (203) 1-31 января 2016 года, нарушающей требований статьи 8, части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, пунктом 3.56.1. Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Индивидуальному предпринимателю <...> в срок до 25 февраля 2016 года прекратить нарушение:

- статьи 8 Федерального закона «О рекламе», а именно: в рекламе доставки пиццы «Русская пицца. Доставка еды» в полном объеме указывать сведения о продавце товара

(наименование, место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица; фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя);

- части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», а именно: рекламу медицинских услуг сети салонов оптики «Сибвизус», клиники «СибДент», клиники «СТАТУС Re-age», Центра пластической хирургии доктора Пуценко, салона красоты «Beauty rooms», салона красоты «Kriss Triane» сопровождать предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

2. Индивидуальному предпринимателю <...> представить в Омское УФАС России доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания в срок до 26 февраля 2016 года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Омское УФАС России вправе в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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