



Управление Федеральной антимонопольной службы
по Республике Коми

РЕШЕНИЕ

14 ноября 2016 года

(изготовление решения в полном объеме)

01 ноября 2016 года

№ 03-01/10619

(оглашение резолютивной части)

Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее - Коми УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия), в составе:

<...>,

рассмотрев дело № Р 37-08/16, возбужденное в отношении МУП «Редакция газеты «Ухта» по факту размещения на странице 16 в периодическом печатном издании «Ухта», форма распространения – газета от 11.06.2016 № 23 (14658), рекламы следующего содержания: «Слим-массаж похудение на результат косметикой Gold Shape и Guam г. Ухта, ул. Советская, д. 14 71-71-05 пн вт ср чт пт сб вс 14 00 18 00 12 00 15 00 выходной массаж, ортопедия, фиш-пилинг, кедровая бочка изготовление индивидуальных ортопедических стелек центр «Белый тигр» (далее – рассматриваемая реклама), с признаками нарушения требований ч. 7 ст. 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе),

в отсутствие заявителя; лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе - МУП «Редакция газеты «Ухта», ООО «Центр БТ»; заинтересованных лиц (указанные лица надлежащим образом извещены о месте и времени рассмотрения настоящего дела, соответствующие доказательства в

материалах дела имеются),

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее – Коми УФАС России) поступило обращение гражданина о нарушении Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) в газете «Ухта» от 11.06.2016 № 23 (14658), а именно: заявителем указано, что реклама центра «Белый тигр», размещённая на странице 16 в указанном печатном издании, распространена в нарушение требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

По результатам рассмотрения заявления принято решение о возбуждении дела № Р 37-08/16 по признакам нарушения ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе в отношении МУП «Редакция газеты «Ухта».

Определением о продлении срока и об отложении рассмотрения дела № 37-08/16 от 23.09.2016 в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, к участию в рассмотрении дела привлечено ООО «Центр БТ».

Из материалов рекламного дела № Р 37-08/16 (далее – рекламное дело) установлено следующее.

В соответствии с п. 1 ст. 3 Закона о рекламе, реклама - информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Рассматриваемая реклама содержит все правовые признаки рекламы:

- распространена посредством размещения её на странице (полосе) 16 газеты «Ухта» № 23 от 11.06.2016;

- адресована неопределённому кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования: центру «Белый тигр», изготовлению индивидуальных ортопедических стелек, слим-массажу, массажу, ортопедии, фиш-пилингу, похудению на результат, кедровой бочке, формирование и поддержание интереса к ним, и их продвижение на рынке.

Таким образом, указанная информация, размещённая на странице 16 газеты «Ухта» № 23 (14658) от 11.06.2016, является рекламой.

Согласно п. 7 ст. 24 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. 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.

Согласно ч. 4 ст. 2 Закона о рекламе, специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

Из содержания рассматриваемой рекламы усматривается, что она не является явно не относящейся к рекламе медицинских услуг, следовательно, на неё распространяются требования ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

Массаж (франц. *massage*, от *masser* - растирать, от арабского *масс* - касаться, щупать) - лечебный метод, совокупность приёмов механического и рефлекторного воздействия на ткани и органы, осуществляемых рукой или спец. аппаратом. Массаж может быть общим (массируется всё тело) или местным (лицо, конечность, живот и т.п.) (Вербов А.Ф. Основы лечебного массажа, 4 изд., М., 1958).

Согласно ст. 2 Федерального закона № 323 от 21.11.2011 «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» медицинская услуга - медицинское вмешательство или комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение.

Перечень медицинских услуг утвержден приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 27.12.2011 № 1664н «Об утверждении номенклатуры медицинских услуг».

Номенклатура медицинских услуг представляет собой перечень медицинских услуг, разделенных на два класса: «А» и «В». Класс «А» включает медицинские услуги, представляющие собой определенные виды медицинских вмешательств, направленные на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющие самостоятельное законченное значение. Разделы класса «А» обозначают определенный тип медицинской услуги.

В Номенклатуре медицинских услуг зарегистрированы следующие медицинские услуги, указанные в рассматриваемой рекламе: общий массаж (A21.01.001), массаж лица (A21.01.002), массаж шеи (A21.01.003), массаж рук (A21.01.004), массаж волосистой части головы (A21.01.005), пилинг-массаж (A21.01.006), массаж ног (A21.01.009).

Противопоказания для проведения массажа разделяют на абсолютные и временные. К абсолютным относятся заболевания, при которых массаж не

назначают. При временных противопоказаниях массаж применяют после исчезновения патологических явлений, соответствующего лечения, уточнения диагноза.

Абсолютные противопоказания. Злокачественные болезни крови и гемофилия, злокачественные опухоли (до их радикального лечения), цинга, гангрена, тромбоз сосудов, в период его возникновения, ангиит, аневризма сердца, аорты, периферических нервов, недостаточность кровообращения и легочно-сердечная недостаточность III степени, СПИД.

Временные противопоказания. Острые лихорадочные состояния с повышенной температурой тела до выяснения диагноза, грипп, ангина, острые респираторные заболевания ОРЗ) (разрешается точечный массаж), кровотечения и склонность к ним (кишечные, маточные, носовые, из мочевых путей), гнойные процессы любой локализации, гнойничковые поражения кожи, воспаление лимфатических узлов, сосудов с их увеличением, спаянностью с кожей и подлежащими тканями., множественные аллергические высыпания на коже с кровоизлияниями, отек Квинке, криз гипертонический, гипотонический, церебральный (мозговых сосудов), тошнота, рвота, боли в животе, алкогольное опьянение.

Из вышеизложенного следует, что услуга по проведению массажа является медицинской и имеет ряд противопоказаний к применению.

Согласно ст. 2 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1, под периодическим печатным изданием понимается газета, журнал, альманах, бюллетень, иное издание, имеющее постоянное название, текущий номер и выходящее в свет не реже одного раза в год.

Газета «Ухта» имеет свидетельство о регистрации средства массовой информации: серия ПИ № ФС 3-044, дата регистрации – 28 ноября 2006 года). Согласно данному свидетельству, примерная тематика и (или) специализация газеты: общественно-политическая, информационно-аналитическая; реклама до 40 %.

Таким образом, газета «Ухта» не является специализированным периодическим печатным изданием, предназначенным для медицинских и фармацевтических работников и размещение рекламы медицинской услуги в данной газете должно сопровождаться предупреждением, предусмотренным ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

Рассматриваемая реклама не содержит ни одного из предусмотренных ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе видов предупреждений.

При таких обстоятельствах, рассматриваемая реклама размещена в нарушение ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона о рекламе, ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Ответственность за нарушение требований, установленных ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе, согласно частям 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе, несут и рекламодатель, и рекламодатель.

Согласно ч. 8 ст. 38 Закона о рекламе, рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в частях 6, 7 настоящей статьи, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В соответствии с п. 7 ст. 3 Закона о рекламе, рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В соответствии с п. 6 ст. 3 Закона о рекламе, рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе, рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рассматриваемая реклама размещена в газете «Ухта», учредителями которой, согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации серии ПИ № ФС 3-0448 от 28.11.2006 г., копия которого имеется в материалах рекламного дела, являются Агентство Республики Коми по печати и массовым коммуникациям (в настоящее время Министерство массовых коммуникаций, информатизации и связи Республики Коми), Администрация муниципального образования городского округа «Ухта», Муниципальное унитарное предприятие «Редакция газеты «Ухта».

Согласно письменным пояснениям, представленным в материалы рассматриваемого дела Администрацией МО ГО «Ухта», МУП «Редакция газеты «Ухта», Министерством массовых коммуникаций, информатизации и связи Республики Коми, договоры, соглашения, лицензионные соглашения, регламентирующие взаимодействие МУП «Редакция газеты «Ухта» с Министерством массовых коммуникаций, информатизации и связи Республики Коми, Администрацией МО ГО «Ухта» по вопросу размещения рекламы в газете «Ухта», между сторонами не заключались, иные документы, регламентирующие вопросы размещения рекламы в названной газете, как пояснили стороны, также отсутствуют.

Администрация МО ГО «Ухта», МУП «Редакция газеты «Ухта», Министерство массовых коммуникаций, информатизации и связи Республики Коми пояснили, что вопросы размещения рекламы в газете «Ухта, в том числе её производство, распространение, а также ответственность за распространение ненадлежащей рекламы, лежат непосредственно на МУП «Редакция газеты «Ухта».

В соответствии с п. 2.1 Устава МУП «Редакция газеты «Ухта» Предприятие является юридическим лицом по гражданскому законодательству Российской Федерации с момента его государственной регистрации.

Согласно сведениям из ЕГРЮЛ в отношении МУП «Редакция газеты «Ухта», Предприятие зарегистрировано в качестве юридического лица за основным государственным регистрационным номером 1021100734654, дата присвоения номера 20.01.2002.

Из письменных пояснений МУП «Редакция газеты «Ухта», имеющимся в материалах рекламного дела следует, что рекламодателем рассматриваемой рекламы на

основании договора является ООО «Центр БТ», рекламопроизводителем и рекламодателем – МУП «Редакция газеты «Ухта». Так, менеджер Предприятия договорился с ООО «Центр БТ» о размещении рекламы в номерах 23 и 25 газеты «Ухта», после чего были подписаны договор и заявка на размещение рекламы. Содержание рекламы определил рекламодатель, макет рекламы, который в дальнейшем был согласован ООО «Центр БТ» посредством электронной почты, изготовил дизайнер газеты. Рассматриваемая реклама распространялась газете «Ухта» в № 19 от 14.05.2016, № 20 от 21.05.2016, № 21 от 28.05.2016, № 23 от 11.06.2016, № 25 от 25.06.2016, № 27 от 09.07.2016 и № 29 от 23.07.2016 на территории МО ГО «Ухта».

Размещение рассматриваемой рекламы в отсутствие предупреждения, предусмотренного ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе, произошло вследствие недосмотра в №№ 19-23 газеты «Ухта», начиная с № 25 от 25.06.2016 нарушение было устранено.

В материалы рекламного дела представлены копии следующих документов: договора № 27 от 26.04.2016, заключенного между МУП «Редакция газеты «Ухта» и ООО «Центр БТ» на оказание услуг по размещению рекламных и/или информационных материалов в газете «Ухта»; соглашения о внесении дополнений в Договор № 27 от 26.04.2016; заявки № 1 на производство и размещение рекламных и/или информационных материалов в № 19,20,21, заявки № 1 на производство и размещение рекламных и/или информационных материалов в № 23,25; счета № 363 от 09.06.2016, выставленного МУП «Редакция газеты «Ухта» в адрес ООО «Центр БТ», в том числе за рекламу в № 23 от 11.06.2016 газеты «Ухта» от 02.05.2013; приходного кассового ордера № 365 от 05.09.2016, согласно которому МУП «Редакция газеты «Ухта» приняты от ООО «Центр БТ» денежные средства за рекламу в газете «Ухта», в том числе в № 23 от 11.06.2016, акта № 363 от 27.06.2016 согласно которому, заказчик – ООО «Центр БТ» без претензий принял у исполнителя - МУП «Редакция газеты «Ухта» услуги по размещению рекламы, в том числе в № 23 от 11.06.2016 газеты «Ухта»; электронной переписки по согласованию рассматриваемой рекламы.

Из материалов рекламного дела усматривается, что рекламопроизводителем и рекламодателем рассматриваемой рекламы является МУП «Редакция газеты «Ухта», рекламодателем - ООО «Центр БТ».

Согласно сведениям из ЕГРЮЛ в отношении ООО «Центр БТ» видами экономической деятельности Общества являются, в том числе деятельность в области медицины прочая, не включенная в другие группировки; деятельность физкультурно-оздоровительная.

Согласно п. 5.3 Устава МУП «Редакция газеты «Ухта», Предприятие для достижения целей своей деятельности вправе осуществлять, в том числе рекламную деятельность. В соответствии с выпиской из ЕГРЮЛ в отношении МУП «Редакция газеты «Ухта», видами экономической деятельности Общества являются, в том числе издательская деятельность, рекламная деятельность.

Из вышеизложенного следует, что рассматриваемая реклама размещена МУП «Редакция газеты «Ухта» и ООО «Центр БТ» с целью получения прибыли от их экономической деятельности, что отвечает целям предпринимательской деятельности.

Из материалов рекламного дела следует, что лицом, ответственным за соблюдение МУП «Редакция газеты «Ухта» требований рекламного законодательства является <...> Предприятия <...>.

В материалах рекламного дела имеется копия Устава МУП «Редакция газеты «Ухта», в соответствии с которым, <...> Предприятия на основе единоначалия самостоятельно решает вопросы руководства текущей деятельностью Предприятия и обеспечивает соблюдение законности в деятельности Предприятия. <...> МУП «Редакция газеты «Ухта» действует без доверенности от имени Предприятия.

Согласно Выписке из ЕГРЮЛ в отношении МУП «Редакция газеты «Ухта», лицом, имеющим право без доверенности действовать от имени Предприятия, является <..> – <...>.

Из материалов рекламного дела следует, что должностным лицом, ответственным за соблюдение ООО «Центр БТ» законодательства о рекламе, является <...>.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе произошло как по вине рекламопроизводителя и рекламораспространителя – МУП «Редакция газеты «Ухта» и его должностного лица – <...> Предприятия <...>, так и по вине рекламодателя – ООО «Центр БТ» и его должностного лица – <...>.

Из материалов рекламного дела усматривается, что МУП «Редакция газеты «Ухта», <...>, ООО «Центр БТ», <...> не предпринято должных мер, направленных на соответствие рекламы требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, что и привело к рассматриваемому нарушению.

Таким образом, МУП «Редакция газеты «Ухта», <...>, ООО «Центр БТ», <...> нарушены требования ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

Материалами рекламного дела № Р 37-07/16 подтверждено, что нарушение требований ч. 7 ст. ст. 27 Закона о рекламе применительно к рассматриваемому случаю имело место 11.06.2016 на территории г. Ухты.

В Коми УФАС России имеется оригинал газеты «Ухта» № 32 от 13.08.2016, представленный Предприятием в рамках рассмотрения дела № Р 30-07/16, из которого следует, что в настоящее время нарушение устранено, рассматриваемая реклама в указанной газете не распространяется.

В связи с добровольным устранением совершенного нарушения, Комиссия сочла нецелесообразной выдачу МУП «Редакция газеты «Ухта» и ООО «Центр БТ» предписаний о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы.

На основании изложенного, руководствуясь п. 4 ст. 3, п. 2 ч. 1 ст. 33, п. 7 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37 – 43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, п. 3.58 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по

исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу, размещённую на странице 16 периодического печатного издания «Ухта» следующего содержания: «Слим-массаж похудение на результат косметикой Gold Shape и Guam г. Ухта, ул. Советская, д. 14 71-71-05 пн вт ср чт пт сб вс 14 00 18 00 12 00 15 00 выходной массаж, ортопедия, фиш-пилинг, кедровая бочка изготовление индивидуальных ортопедических стелек центр «Белый тигр», ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.
2. Предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы МУП «Редакция газеты «Ухта» и ООО «Центр БТ» не выдавать, поскольку распространение ненадлежащих реклам, указанных в п. 1 настоящего решения, прекращено.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении МУП «Редакция газеты «Ухта» дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 5 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении <...> МУП «Редакция газеты «Ухта» <...> дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 5 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.
5. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении ООО «»Центр БТ» дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 5 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.
6. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении <...> ООО «Центр БТ» <...> дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 5 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 14 ноября 2016 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

_____ <...>

Члены Комиссии

_____ <...>

_____ <...>