

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тульской области по рассмотрению дел о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе, рассмотрев дело № 02-03/105-2018 по признакам нарушения индивидуальными предпринимателями Суворовой С.А. (ОГРНИП 317715400059667, И 710514228256), Кочетовой К.С. (ОГРНИП 317715400005869, ИНН 710407259161) Федерального закона от 13 марта 2006г. № 38-ФЗ «О рекламе», в их присутствии,

**УСТАНОВИЛА:**

В журнале «Мой стиль» (октябрь 2018 № 6), учредителем и издателем, котор является индивидуальный предприниматель Суворова С.А., размещена реклама:

- на странице 23: «BRASS DAYS» - фестиваль со вкусом; 20 октября, суббота «Александр Князев» в сопровождении Государственного симфонического оркестра «Новая Россия»;
- на страницах 26-27: «Королевский цирк Гия Эрадзе»;
- на странице 31: Студия «Сахар» ... «Сразу и в одном месте тебе сделают маникюр архитектуру бровей, ламинирование бровей, макияж, **ЭПИЛЯЦИЮ**, подберут профессиональную декоративную косметику и дадут множество бьюти-советов».

Указанная информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке и, в силу статьи 3 Федерального закона «О рекламе», является рекламой.

Объектом рекламирования, в соответствии со статьей 3 Федерального закона «О рекламе» является товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, конкурс, фестиваль), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

В рассматриваемом случае объектами рекламирования являются: «BRASS DAY» фестиваль со вкусом; 20 октября, суббота – «Александр Князев» в сопровождении Государственного симфонического оркестра «Новая Россия», «Королевский цирк Гия Эрадзе».

Согласно статье 2 Федерального закона от 29.12.2010г. N 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию":

- информационная продукция - предназначенные для оборота на территории Российской Федерации продукция средств массовой информации, печатная продукция, аудиовизуальная продукция на любых видах носителей, программы для электронных вычислительных машин (программы для ЭВМ) и базы данных, а также информация, распространяемая посредством зрелищных мероприятий посредством информационно-телекоммуникационных сетей, в том числе с "Интернет", и сетей подвижной радиотелефонной связи;
- зрелищное мероприятие - демонстрация информационной продукции в мес

доступном для детей, и в месте, где присутствует значительное число лиц, принадлежащих к обычному кругу семьи, в том числе посредством проведе театрально-зрелищных, культурно-просветительных и зрелищ развлекательных мероприятий.

В соответствии с частью 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежа классификации в соответствии с требованиями Федерального закона "О защ детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию", без указа категории данной информационной продукции.

Согласно части 3 статьи 6 Федерального закона «О защите детей от информат причиняющей вред их здоровью и развитию» классификация информацио продукции осуществляется в соответствии с требованиями указанн Федерального закона по следующим категориям информационной продукции:

- 1) информационная продукция для детей, не достигших возраста шести лет;
- 2) информационная продукция для детей, достигших возраста шести лет;
- 3) информационная продукция для детей, достигших возраста двенадцати лет;
- 4) информационная продукция для детей, достигших возраста шестнадцати лет;
- 5) информационная продукция, запрещенная для детей.

Сведения, полученные в результате классификации информационной продук указываются ее производителем или распространителем в сопроводитель документах на информационную продукцию и являются основанием для размеще на ней знака информационной продукции и для ее оборота на террито Российской Федерации (часть 6 статьи 6 Федерального закона «О защите детей информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»).

В нарушение указанных требований реклама вышеуказанных мероприятий содержит установленную категорию информационной продукции.

В рекламе студии «Сахар» упоминается процедура: эпиляция.

В соответствии с Номенклатурой медицинских услуг (утв. Приказом Минздрс России от 13.10.2017 N 804н), услуги по эпиляции (A14.01.013 – проведение эпиляц относятся к медицинским услугам, которые представляют собой определенн виды медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностик лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющие самостоятель законченное значение.

Частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» установлено, что реклс медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечени: медицинской реабилитации, должна сопровождаться предупреждением о нали противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомле с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, площк которого должна составлять не менее пяти процентов рекламной площк

(рекламного пространства).

В нарушение указанных требований в вышеуказанной рекламе студии «Сахар» отсутствует предупреждение, установленное Федеральным законом «О рекламе»

Предприниматель Суворова С.А. на рассмотрении дела пояснила, что информация о «Королевском цирке Гия Эрадзе» не является рекламой, так как статья была написана и размещена в журнале «Мой стиль» после того, как выступления цирка в г. Туле уже закончились.

В письменных пояснениях (вх. № 6374 от 11.12.2018г.) индивидуальный предприниматель Суворова С.А. признала нарушение законодательства в рекламе: «BRASS DAYS» - фестиваля со вкусом.

Индивидуальный предприниматель Кочетова К.С. в письменных пояснениях (вх. № 6 от 18.12.2018г.) указала, что медицинскую деятельность не осуществляет, услугу по проведению эпиляции не оказывает, лицензии на осуществление медицинской деятельности не имеет.

Рекламу студии «Сахар» предприниматель Кочетова К.С. разместила в журнале «Мой стиль» на основании договора № МСТ-280918-К от 28.09.2018г., заключенного с индивидуальным предпринимателем Суворовой С.А.

Пунктом 3 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» установлено, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об ассортименте и о комплектации товаров, а также возможности их приобретения в определенном месте или в течение определенного срока.

Согласно частям 6 и 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственно за данные нарушения несут рекламодатель и рекламораспространитель, в данном случае – индивидуальные предприниматели Суворова С.А., Кочетова К.С.

В силу пункта 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама, соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Вышеизложенное свидетельствует о наличии в действиях индивидуального предпринимателя Суворовой С.А. нарушений требований части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», выразившегося в размещении рекламы «BRASS DAYS» - фестиваля со вкусом, и нарушения пункта 3 части 3 статьи 5 указанного закона в действиях индивидуального предпринимателя Кочетовой К.С. в размещении рекламы студии «Сахар».

Нарушение части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» в рекламе «Королевского цирка Гия Эрадзе» не подтвердилось.

Учитывая, что документов, свидетельствующих о прекращении нарушений, представленных индивидуальными предпринимателями Суворовой С.А. и Кочетовой К.С., представлено, Комиссия приходит к выводу о необходимости выдачи предписаний

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42, 44 Правил рассмотренных антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утв. Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006г. N 508, Комиссия

#### **РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащей рекламу, размещенную в журнале «Мой стиль» (октябрь 2018 № 6) на странице 23: «BRASS DAYS» - фестиваля со вкусом; странице 31: Студия «Сахар», поскольку она размещена с нарушением пункта 3 части 3, части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».
2. Признать индивидуального предпринимателя Суворову С.А. нарушившей часть 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе»
3. Признать индивидуального предпринимателя Кочетову К.С. нарушившей пункт 3 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».
4. Выдать предписание индивидуальному предпринимателю Суворовой С.А. прекратить нарушение части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».
5. Выдать предписание индивидуальному предпринимателю Кочетовой К.С. прекратить нарушение пункта 3 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».
6. Материалы дела передать уполномоченному должностному лицу Тульск УФАС России для рассмотрения вопроса о привлечении должностного лица индивидуального предпринимателя Суворовой С.А. к административной ответственности по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ.
7. Материалы дела передать уполномоченному должностному лицу Тульск УФАС России для рассмотрения вопроса о привлечении должностного лица индивидуального предпринимателя Кочетовой К.С. к административной ответственности по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

**Решение изготовлено в полном объеме 9 января 2019г.**

**Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном [статьей](#) Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.**

#### **ПРЕДПИСАНИЕ**

**18 декабря 2018 года г. Тула**

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тульской области по рассмотрению дел о нарушении законодательства Российской Федерации

Федерации о рекламе, рассмотрев дело № 02-03/105-2018, возбужденное по признакам нарушения индивидуальными предпринимателями Суворовой С.А. (ОГРНИП 317715400059667, ИНН 710514228256), Кочетовой К.С. (ОГРНИП 317715400005869, ИНН 710407259161) требований Федерального закона от 13 марта 2006г. № 38-ФЗ «О рекламе», и признав индивидуального предпринимателя Суворову С.А. нарушившей часть 10.1 статьи 5 указанного закона, руководствуясь пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утв. постановлением Правительства РФ от 17.08.2006г. № 508,

#### ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. **Индивидуальному предпринимателю Суворовой С.А.** в десятидневный срок со дня получения настоящего предписания, прекратить размещение рекламы «BRASS DAYS» - фестиваля со вкусом» в журнале «Мой стиль» с нарушением части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».
2. **Индивидуальному предпринимателю Суворовой С.А.** представить в Тульское УФАС России письменное доказательство исполнения пункта 1 настоящего предписания **в трехдневный срок** со дня его исполнения.

*В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе ФАС России (территориальный орган ФАС России) вправе в соответствии с пунктом 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.*

#### ПРЕДПИСАНИЕ

**18 декабря 2018 года г. Тула**

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тульской области по рассмотрению дел о нарушении законодательства Российской Федерации, рассмотрев дело № 02-03/105-2018, возбужденное по признакам нарушения индивидуальными предпринимателями Суворовой С.А. (ОГРНИП 317715400059667, ИНН 710514228256), Кочетовой К.С. (ОГРНИП 317715400005869, ИНН 710407259161) требований Федерального закона от 13 марта 2006г. № 38-ФЗ «О рекламе», и признав индивидуального предпринимателя Кочетову К.С. нарушившей пункт 3 части 3 статьи 5 указанного закона, руководствуясь пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утв. постановлением Правительства РФ от 17.08.2006г. № 508,

## ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. **Индивидуальному предпринимателю Кочетовой К.С. в десятидневный срок** со дня получения настоящего предписания, прекратить размещение рекламы студии «Сахар» в журнале «Мой стиль» с нарушением пункта 3 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».
2. **Индивидуальному предпринимателю Кочетовой К.С.** представить в Тульское УФАС России письменное доказательство исполнения пункта 1 настоящего предписания **в трехдневный срок** со дня его исполнения.

*В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе ФАС России (территориальный орган ФАС России) вправе в соответствии с пунктом 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.*