

РЕШЕНИЕ

по делу № 055/05/24-417/2022

14 июня 2022 года

город

Омск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее - Омское УФАС России, Управление) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

Председателя Комиссии - <...>, заместитель руководителя управления,

члены Комиссии: <...>

рассмотрев дело № 055/05/24-417/2022 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения индивидуальным предпринимателем <...> (ИНН <...>, ОГРНИП <...>, далее - ИП <...>) рекламы, содержащей признаки нарушения требований части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в отсутствие ИП <...> (ходатайство от 14.06.2022 вх. № 5840э)

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного надзора (контроля) за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе 25.04.2022 выявлен факт распространения на двух конструкциях (штендерах) в районе здания № 6 по ул. Транссибирской в г. Омске информации следующего содержания:

1. «ПАРИКМАХЕРСКАЯ «АХ» ·Маникюр · Педикюр ·Гель- лак · Нарастивание ногтей ·**Депиляция** Приходите Вам понравится тел. <...>»;
2. «ПАРИКМАХЕРСКАЯ «АХ» КОСМЕТОЛОГ Пятница или по записи ·**Чистка лица** ·Уход за лицом ·SPA-уход ·Дермороллерная терапия ·Химические **пилинги** ·**Депиляция** ·Прокол мочек ушей, **пирсинг** тел. <...>».

Согласно информации на режимной вывеске деятельность в парикмахерской «АХ» осуществляет ИП <...>.

Определением Омского УФАС России от 20.05.2022 в отношении ИП <...> возбуждено дело № 055/05/24-417/2022 по признакам нарушения требований части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

В ответ на указанное определение ИП <...> была представлена информация, согласно которой: «...Фактически перечисленные на штендере услуги (депиляция, чистка лица, пирсинг, пилинги) не оказывались ИП <...>, а были указаны на штендере с целью тестирования спроса на них. В случае, если бы спрос подтвердился, тогда ИП <...> начала бы деятельность по оказанию таких услуг.

Доказательством приведенному выше факту является: книга учета доходов и расходов (КУДиР), коды ОКВЭД (96.02 Предоставление услуг парикмахерскими и салонами красоты; 47.19 Торговля розничная прочая в неспециализированных магазинах; 47.75.1 Торговля розничная косметическими и парфюмерными товарами, кроме мыла в специализированных магазинах; 47.75.2 Торговля розничная туалетным и хозяйственным мылом в специализированных магазинах; 96.04 Деятельность физкультурно-оздоровительная), декларация ИП, в которой не содержится ни одной записи об оказании медицинских услуг.

Кроме того, сообщаю, что все указанные в Определении штендеры были демонтированы.

Однако, в случае если комиссией Омского УФАС России будет принято решение о привлечении ИП <...> к административной ответственности за нарушение законодательства о рекламе, прошу назначить административное наказание в виде предупреждения».

Дополнительно к ответу ИП <...> приложена выписка из Единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей от 08.06.2022 № ИЭ9965-22-68483922, копия книги учета доходов и расходов организаций и индивидуальных предпринимателей, применяющих упрощенную систему налогообложения на 2021 год.

Рассмотрев пояснения ИП <...>, Комиссия Омского УФАС России не может согласиться с доводами последней ввиду следующего.

В соответствии с пунктом 1 статьи 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.

Объектом рекламирования является 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 (пункт 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

Под **товаром** понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (пункт 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками – распространена наружным способом, в адрес неопределенного круга лиц, направлена на привлечение к услугам, оказываемым в парикмахерской «АХ».

При этом Комиссия Омского УФАС России отмечает, что отсутствие спроса на вышеуказанные услуги со стороны потребителей не исключает их рекламного характера.

Более того указанная реклама была распространена с нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе:

Федеральным законом от 21.11.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» установлены следующие понятия:

- **медицинская помощь** - комплекс мероприятий, направленных на поддержание и (или) восстановление здоровья и включающих в себя предоставление медицинских услуг;

- **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 (далее - Номенклатура), представляющая собой систематизированный перечень кодов и наименований медицинских услуг в здравоохранении.

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 алгоритмом кодирования, указанным в Номенклатуре, медицинские услуги разделены на типы, так рекламируемая услуга относится к следующему типу медицинских услуг: проведение депиляции - А14.01.012; очищение кожи лица и шеи - А14.01.005; пирсинг - А21.01.010.

Кроме того, в Номенклатуре выделяют следующие виды пилинга: дерматологический пилинг - А16.01.024; ультразвуковой пилинг - А22.01.001.002; пилинг-массаж - А21.01.006.

Согласно позиции ФАС России, указанной в письме от 25.09.2017 № АК/65861/17 «О рекламе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации», **«указание в рекламе способов воздействия на организм человека, полностью совпадающих с наименованием медицинских услуг, содержащихся в Номенклатуре, позволяет квалифицировать такую рекламу в качестве рекламы медицинских услуг, при отсутствии в такой рекламе иной информации, позволяющей выделить иные объекты рекламирования, в том числе при отсутствии в рекламе раскрытия содержания того или иного метода профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации».**

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 факта распространения рекламы информация, предусмотренная частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», **отсутствовала.**

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», ИП <...> является и рекламодателем, и рекламораспространителем.

Рекламодатель и рекламораспространитель несут ответственность за нарушение требований части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» (статья 38 Федерального закона «О рекламе»).

Рассмотрев материалы дела, учитывая пояснения ИП <...>, Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу о нарушении ИП <...> требований части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» при распространении рекламы медицинских услуг на двух конструкциях (штендерах) в районе здания № 6 по ул. Транссибирской в г. Омске.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы, в целях обеспечения реализации права потребителя на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства о рекламе.

Учитывая, что ИП <...> в адрес Омского УФАС России представлен фотоснимок, свидетельствующий о том, что в настоящее время ненадлежащая реклама не распространяется, Комиссия пришла к выводу об отсутствии необходимости в выдаче ИП <...> предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

На основании изложенного, руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42 - 48 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу «ПАРИКМАХЕРСКАЯ «АХ» · Маникюр · Педикюр · Гель-лак · Нарращивание ногтей · **Депиляция** Приходите Вам понравится тел.<...>» и «ПАРИКМАХЕРСКАЯ «АХ» КОСМЕТОЛОГ Пятница или по записи · **Чистка лица** · Уход за лицом · SPA-уход · Дермороллерная терапия · Химические **пилинги** · **Депиляция** · Проккол мочек ушей, **пирсинг** тел.<...>», распространенную ИП <...> (ИНН <...>, ОГРНИП <...>) 25.04.2022 на двух конструкциях (штендерах) в районе здания № 6 по ул. Транссибирской в г. Омске, ненадлежащей, нарушающей требования части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

2. Не выдавать ИП <...> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу антимонопольного органа для возбуждения дела об административном правонарушении.

Решение изготовлено в полном объеме 14 июня 2022 года.

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

Председатель Комиссии<...>

Члены Комиссии: <...