

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 63/16

Резолютивная часть решения оглашена «16» июня 2016 г.

Решение изготовлено в полном объеме «30» июня 2016 г.

г. Новосибирск

Комиссия Новосибирского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: И.В. Волохина - заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы;

члены комиссии: Е.А. Скоп – главный специалист-эксперт отдела рекламы;

В.Ю. Строгин – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы;

рассмотрев дело № 63/16, возбужденное в отношении индивидуального предпринимателя Щербановой М.В. (ИНН 544590467539) и физического лица - Р<...> по факту размещения на стр. 16 журнала «КАТУА», весна 2015г. рекламы «Студия коррекции фигуры Стимул», с признаками нарушения ч. 7 ст. 24 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), согласно которой 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,

в отсутствии:

- заявителя – физического лица (не явился, уведомлен надлежащим образом);
- ИП Щербановой М.В. (не явилась, уведомлена надлежащим образом);
- <...> (не явилась, уведомлена надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

В адрес Новосибирского УФАС России поступило заявление физического лица (вх. 2105 от 14.03.2016г.), по факту размещения на стр. 16 Журнала «КАТУА» весна 2015г. информации следующего содержания: «Студия коррекции фигуры Стимул / Новинка! / Маска ДиаДЭНС-Космо 10 сеансов – 2300 руб. / Маска ДиаДЭНС-

Космо + массаж 10 сеансов – 4500руб. / Приглашаем за красивой фигурой! Аппаратная коррекция фигуры – это воздействие на тело некоторых физиотерапевтических методик, которые по своему эффекту схожи с некоторыми пластическими операциями. / Лимфодренажные очки / Кавитация / Миостимуляция / Прессотерапия / Термоодеяло / Вакумные банки / Вакумно-роликовый массаж / Массажный матрас / Акция! Маникюр + Shellac = 500 руб. / Педикюр + Shellac = 800 руб. / Маникюр / Педикюр / Shellac / Шугаринг (эпиляция сахар, воск) / Все виды ручного массажа: - антицеллюлитный массаж (бедра, ягодицы, живот, руки) / - медицинский массаж / - детский массаж до 1 года (выезд) / подарочные сертификаты / ул. Ленина, 89/8, оф. 707 (вход со стороны Мастер и К) / <http://vk.com/hudeicnami> / 8-913-200-11-77».

По данному факту Новосибирским УФАС России возбуждено дело, в ходе рассмотрения которого установлено следующее.

В соответствии с п.1 ст.3 Закона о рекламе, реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и 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 может быть 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.

Исходя из способа, формы, распространения, оформления, содержания вышеуказанной информации, она адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, способствует формированию интереса к рекламируемому товару и его продвижению на рынке.

Следовательно, рассматриваемая информация является рекламой по смыслу п.1 ст.3 Закона о рекламе.

Согласно ч. 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. 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.

Объектом рекламирования в рассматриваемой рекламе являются, в том числе, услуги массажа (антицелюлитного, медицинского, детского). Согласно номенклатуре медицинских услуг, утвержденной Приказом Минздравсоцразвития России от 27.12.2011 № 1664н, лечение с помощью простых физических воздействий на пациента (массаж, иглорефлексотерапия, мануальная терапия) относится к медицинским услугам.

Следовательно, в рассматриваемой рекламе должно присутствовать предупреждение о наличии противопоказаний и необходимости получения консультации специалистов.

Данное предупреждение в рассматриваемой рекламе отсутствует. Следовательно, имеет место нарушение ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

В соответствии со ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе несут рекламодатель и рекламодистрибутор.

Согласно информации, представленной редакцией журнала «КАТЮА», учредителем данного издания является индивидуальный предприниматель Щербенева Марина Валерьевна (ИНН 544590467539). Дата выхода номера журнала «КАТЮА» весна 2015 – 10 апреля 2015г.

Согласно ответу ИП Щербенева М.В. (вх. № 3272 от 14.04.2016г.) на запрос Новосибирского УФАС России, рекламодателем рассматриваемой рекламы является Р<...>, на основании договора по оказанию услуг от 01.04.2016г.

16.06.2016г. на рассмотрение дела Комиссией Новосибирского УФАС России Р<...> или ее представитель не явились. Отзыв на Определение о возбуждении дела № 63/16 от 16.05.2016г. не представлен.

В отзыве на Определение о возбуждении дела, представленном рекламодистрибутором (вх. № 5371 от 15.06.2016г.), ИП Щербенева М.В. признает факт нарушения Закона о рекламе, и отмечает, что в дальнейшем все нарушения будут исправлены и рекламные издания приведены в соответствие с законодательством о рекламе.

Таким образом, в действиях ИП Щербенева М.В. и Р<...> усматривается нарушение ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».

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

Рассмотрев материалы дела, Комиссия, руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

РЕШИЛА:

1. Признать информацию, размещенную 10.04.2015г. на стр. 16 журнала «КАТУА», весна 2015г. следующего содержания: «Студия коррекции фигуры Стимул / Новинка! / Маска ДиаДЭНС-Космо 10 сансов – 2300 руб. / Маска ДиаДЭНС-Космо + массаж 10 сеансов – 4500руб. / Приглашаем за красивой фигурой! Аппаратная коррекция фигуры – это воздействие на тело некоторых физиотерапевтических методик, которые по своему эффекту схожи с некоторыми пластическими операциями. / Лимфодренажные очки / Кавитация / Миостимуляция / Прессотерапия / Термоодеяло / Вакумные банки / Вакумно-роликовый массаж / Массажный матрас / Акция! Маникюр + Shellac = 500 руб. / Педикюр + Shellac = 800 руб. / Маникюр / Педикюр / Shellac / Шугаринг (эпиляция сахар, воск) / Все виды ручного массажа: - антицеллюлитный массаж (бедра, ягодицы, живот, руки) / – медицинский массаж / - детский массаж до 1 года (выезд) / подарочные сертификаты / ул. Ленина, 89/8, оф. 707 (вход со стороны Мастер и К) / <http://vk.com/hudeicnami> / 8-913-200-11-77», ненадлежащей рекламой.

2. Признать ИП Щербеневу М.В. (ИНН 544590467539) нарушившей ч. 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. 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.

3. Признать Р<...> нарушившей ч. 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. 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.

4. Выдать ИП Щербеновой М.В. предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

5. Выдать Р<...> предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

6. Не передавать материалы дела уполномоченному должностному лицу Новосибирского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса об административных правонарушениях, в связи с истечением срока давности привлечения к административной ответственности.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса РФ.

ПРЕДПИСАНИЕ № 01-63/16

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

«30» июня 2016 г.

г.Новосибирск

Комиссия Новосибирского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: И.В. Волохина - заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы;

члены комиссии: Е.А. Скоп – главный специалист-эксперт отдела рекламы;

В.Ю. Строгин – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы;

на основании своего решения от «30» июня 2016 г. по делу № 63/16 о признании информации, размещенной на стр. 16 Журнала «КАТУА» весна 2015г. следующего содержания: *«Студия коррекции фигуры Стимул / Новинка! / Маска ДиаДЭНС-Космо 10 сансов – 2300 руб. / Маска ДиаДЭНС-Космо + массаж 10 сеансов – 4500руб. / Приглашаем за красивой фигурой! Аппаратная коррекция фигуры – это воздействие на тело некоторых физиотерапевтических методик, которые по своему эффекту схожи с некоторыми пластическими операциями. / Лимфодренажные очки / Кавитация / Миостимуляция / Прессотерапия / Термоодеяло / Вакумные банки / Вакумно-роликовый массаж / Массажный матрас / Акция! Маникюр + Shellac = 500 руб. / Педикюр + Shellac = 800 руб. / Маникюр / Педикюр / Shellac / Шугаринг (эпиляция сахар, воск) / Все виды ручного массажа: - антицеллюлитный массаж (бедро, ягодицы, живот, руки) / - медицинский массаж / - детский массаж до 1 года (выезд) / подарочные сертификаты / ул. Ленина, 89/8, оф. 707 (вход со стороны Мастер и К) / <http://vk.com/hudeicnami> / 8-913-200-11-77», ненадлежащей рекламой,*

в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»), пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ИП Щербаневой Марине Валерьевне (ИНН 544590467539) **в пятидневный срок** со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе. Для этого не допускать распространения рекламы с нарушением требований:

ч. 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. 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, в том числе информации, указанной выше.

2. ИП Щербаневой М.В. представить в Новосибирское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания **до «18» июля 2016г.**

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Новосибирское УФАС России вправе в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 г. № 195-ФЗ 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.