

РЕШЕНИЕ

по делу № 055/05/24-1197/2021

07 декабря 2021 года
Омск

город

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

председатель Комиссии – <...>, врио заместителя руководителя Омского УФАС России,

члены Комиссии: <...>,

рассмотрев дело № 055/05/24-1197/2021 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения обществом с ограниченной ответственностью «ВКД Медиа» (ИНН 5504227056, ОГРН 1115543026972, далее - ООО «ВКД Медиа») рекламы, содержащей признаки нарушения требований части 10.1 статьи 5 и части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

при участии посредством видеоконференцсвязи законного представителя ООО «ВКД Медиа» - <...>, директора и главного редактора ООО «ВКД Медиа» по договору от 09.01.2020 - <...>,

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Омским УФАС России был выявлен факт распространения на первых страницах газеты «В КАЖДОМ ДОМЕ» (р.п. Таврическое) в выпусках № 24 (494) 24 июня 2021 года и № 28 (498) 22 июля 2021 года рекламной информации следующего содержания:

«Lady Winter САЛОН-ПАРИКМАХЕРСКАЯ адрес: ул. Лермонтова, 50 тел. 8-913-152-94-04, 8-908-313-21-06 ПЕНСИОНЕРАМ СКИДКА- 10 % · Стрижки от 200 руб. · Окрашивание от 500 руб. · Шугаринг · Перманентный татуаж – 1500 руб. · Ламинирование ресниц, бровей – 850 руб.»

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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» **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.

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 в адрес неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания к салону-парикмахерской «Lady Winter» и оказываем в ней услугам, в том числе – шугарингу и перманентному татуажу.

Федеральным законом от 21.11.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» установлено понятие **медицинской услуги** - это медицинское вмешательство или комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение.

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.

Перманентный татуаж - это метод цветовой коррекции лица (губы, веки, брови). Процедура перманентного татуажа заключается в том, что по заранее определенному контуру с помощью иглы специальный краситель вводится в верхние слои кожи.

Шугаринг (от английского sugar - сахар) представляет собой удаление нежелательных волос с помощью крепкого раствора сахара, лимонного сока (реже меда и воска) - сахарная депиляция.

В соответствии с алгоритмом кодирования, указанным в Номенклатуре, медицинские услуги разделены на типы, так рекламируемые услуги (перманентный татуаж и шугаринг) относятся к следующим типам медицинских услуг:

- дермапигментация (перманентный татуаж) - А17.30.001;

- проведение депиляции - А14.01.012.

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.

Кроме того на странице 2 газеты «В КАЖДОМ ДОМЕ» в выпуске № 24 (494) от 24 июня 2021 года распространялась реклама: «День Российской Молодежи

26.06.2021 Ипподром 12-00 Конные скачки

27.06.2021 Стадион «XXX лет Победы»

10:00 – 10:20 – Регистрация участников велоаезда и молодежного забега

10:21- Массовая зарядка

10:30 – Велоаезд/ участники от 5-10 лет (награждение участников на стадионе)

11:00 – Молодежный забег «Здоровье.Молодость.Мечта»/участники от 7 – 99 лет, организации, личности, молодые семьи (награждение участников на стадионе)

Пл. Победы 17:30 –Парад колясок

ЦНКД 13:00- 17:30- Фестиваль «Мы вместе»

18:00 – Торжественный концерт, посвященный Дню Российской молодежи с вручением молодежной премии Главы Таврического муниципального района Омской области. Награждение победителей фестиваля «Мы вместе».

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – зрелищным мероприятиям.

Статья 2 Федерального закона от 29 декабря 2010 года № 436-ФЗ «О защите детей от информации,

причиняющей вред их здоровью и развитию» (далее - Федеральный закон «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию») устанавливает следующие понятия:

- *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 сети «Интернет», и сетей подвижной радиотелефонной связи;

- *зрелищное мероприятие* - демонстрация информационной продукции в месте, доступном для детей, и в месте, где присутствует значительное число лиц, не принадлежащих к обычному кругу семьи, в том числе посредством проведения театрально-зрелищных, культурно-просветительных и зрелищно-развлекательных мероприятий;

- *знак информационной продукции* - графическое и (или) текстовое обозначение информационной продукции в соответствии с классификацией информационной продукции, предусмотренной частью 3 статьи 6 настоящего Федерального закона.

На основании части 3 статьи 6 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» классификация информационной продукции осуществляется в соответствии с требованиями указанного 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, возраста двенадцати лет;
- 4) информационная продукция для детей, возраста шестнадцати лет;
- 5) информационная продукция, запрещенная для детей (информационная продукция, содержащая информацию, предусмотренную частью 2 статьи 5 настоящего Федерального закона).

В силу части 1 статьи 12 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» обозначение категории информационной продукции знаком информационной продукции и (или) текстовым предупреждением об ограничении распространения информационной продукции среди детей осуществляется с соблюдением требований настоящего Федерального закона ее производителем и (или) распространителем следующим образом:

- 1) применительно к категории информационной продукции для детей, не достигших возраста шести лет, - **в виде цифры «0» и знака «плюс»;**
- 2) применительно к категории информационной продукции для детей, достигших возраста шести лет, - **в виде цифры «6» и знака «плюс» и (или) текстового предупреждения в виде словосочетания «для детей старше шести лет»;**
- 3) применительно к категории информационной продукции для детей, достигших возраста двенадцати лет, - **в виде цифры «12» и знака «плюс» и (или) текстового предупреждения в виде словосочетания «для детей старше 12 лет»;**
- 4) применительно к категории информационной продукции для детей, достигших возраста шестнадцати лет, - **в виде цифры «16» и знака «плюс» и (или) текстового предупреждения в виде словосочетания «для детей старше 16 лет»;**
- 5) применительно к категории информационной продукции, запрещенной для детей, - **в виде цифры «18» и знака «плюс» и (или) текстового предупреждения в виде словосочетания «запрещено для детей».**

Таким образом, рекламораспространитель зная о том, что к рекламе зрелищных мероприятий законодательством Российской Федерации установлено обязательное указание категории информационной продукции, должен был осуществить распространение рекламы со знаком информационной продукции в соответствии с требованиями части 1 статьи 12 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

Вместе с тем в **рекламе зрелищного мероприятия знак информационной продукции отсутствует**, что

нарушает требования части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», согласно которой не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», без указания категории данной информационной продукции.

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

Согласно выходным данным учредителем СМИ «Бесплатная газета «В КАЖДОМ ДОМЕ» (№ свидетельства: ПИ № ТУ 55-00315) является <...>. При этом из договора от 11.06.2013 б/н, заключенного между учредителем и редакцией СМИ «Бесплатная газета «В КАЖДОМ ДОМЕ», следуют, что редакция зарегистрирована в качестве юридического лица - ООО «ВКД Медиа».

На запрос Омского УФАС России ООО «ВКД Медиа» была представлена информация, согласно которой «... информация, напечатанная в выпуске № 24 (494) от 24 июля 2021 года на странице 2, является информационной, была размещена бесплатно по заявке МП КУ «Молодежный центр», для информирования населения...».

По факту размещения рекламы медицинских услуг салона-парикмахерской «Lady Winter» в выпусках № 24 (494) от 24 июня 2021 года и № 28 (498) от 22 июля 2021 года газеты «В КАЖДОМ ДОМЕ» (р.п. Таврическое) ООО «ВКД Медиа» указало, что «...с данным клиентом договор в письменном виде не заключен».

В соответствии с пунктом 6 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

В пункте 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» установлено, что рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Исходя из представленных материалов, ООО «ВКД Медиа» является и рекламодателем, и рекламопроизводителем.

В силу части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» за нарушение требований, установленных частью 10.1 статьи 5 и частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», ответственность несет рекламодатель.

При этом в силу части 8 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламопроизводитель также несет ответственность за нарушение требований, указанных в частях 6 и 7 настоящей статьи, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

Рассмотрев материалы дела, пояснения ООО «ВКД Медиа», Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу о нарушении ООО «ВКД Медиа» требований части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» при распространении рекламы медицинских услуг на первых страницах газеты «В КАЖДОМ ДОМЕ» (р.п. Таврическое) в выпусках № 24 (494) 24 июня 2021 года и № 28 (498) 22 июля 2021 года и части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» при распространении рекламы зрелищного мероприятия на странице 2 газеты «В КАЖДОМ ДОМЕ» в выпуске № 24 (494) от 24 июня 2021 года.

Комиссией Омского УФАС России также принято решение об отсутствии необходимости в выдаче ООО «ВКД Медиа» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в связи с добровольным устранением (акт от 06.12.2021).

Руководствуясь статьями 33, 36 Федерального закона «О рекламе», 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 распространенную ООО «ВКД Медиа» (ИНН 5504227056, ОГРН 1115543026972) рекламу:

- «Lady Winter САЛОН-ПАРИКМАХЕРСКАЯ адрес: ул. Лермонтова, 50 тел. 8-913-152-94-04, 8-908-313-21-06 ПЕНСИОНЕРАМ СКИДКА- 10 % ·Стрижки от 200 руб. ·Окрашивание от 500 руб. ·Шугаринг ·Перманентный татуаж – 1500 руб. ·Ламинирование ресниц, бровей – 850 руб.» на первых страницах газеты «В КАЖДОМ ДОМЕ» (р.п. Таврическое) в выпусках № 24 (494) 24 июня 2021 года и № 28 (498) 22 июля 2021 года, ненадлежащей, нарушающей требования части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе»;

- «День Российской Молодежи

26.06.2021 Ипподром 12-00 Конные скачки

27.06.2021 Стадион «XXX лет Победы»

10:00 – 10:20 – Регистрация участников велоаезда и молодежного забега

10:21- Массовая зарядка

10:30 – Велоаезд/ участники от 5-10 лет (награждение участников на стадионе)

11:00 – Молодежный забег «Здоровье.Молодость.Мечта»/участники от 7 – 99 лет, организации, личности, молодые семьи (награждение участников на стадионе)

Пл. Победы 17:30 –Парад колясок

ЦНКД 13:00- 17:30- Фестиваль «Мы вместе»

18:00 – Торжественный концерт, посвященный Дню Российской молодежи с вручением молодежной премии Главы Таврического муниципального района Омской области. Награждение победителей фестиваля «Мы вместе» в выпуске № 24 (494) от 24 июня 2021 года, ненадлежащей, нарушающей требования части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Предписание ООО «ВКД Медиа» о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не выдавать в связи с добровольным устранением нарушения.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Омского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении.

Решение изготовлено в полном объеме 07 декабря 2021 года.

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

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии: <...>