

ИГ/30537/18 от 27.06.2018

ООО «Гэллэри Сервис»

Багратионовский пр-д, д. 7, к. 20а,  
г. Москва, 121087

ООО «МедиаЛогика»

Николопесковский Б. Пер., д. 13,  
оф. 17, каб. 3,  
г. Москва, 119002

ООО «Медиа Сеть»

Мира пр-кт, д. 19, стр. 1, ком. 41,  
г. Москва, 129090

ООО «Милашка»

10-я Парковая ул., д. 3, пом. IV,  
г. Москва, 105077

mosc.beauty@yandex.ru

## РЕШЕНИЕ

«01» марта 2018 года

г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия Московского УФАС России, Комиссия) в составе:

председателя Комиссии: <...>,

членов Комиссии: <...>, <...>,

рассмотрев дело № 3-24-272/77-17, возбужденное в отношении ООО «Гэллэри Сервис», ООО «МедиаЛогика» по факту распространения рекламы: «ББЮТИ студия стройности и молодости» (3618\_ГС-15\_57; 3618\_ГС-15\_57\_12734; 3618\_ГС-15\_57\_12735; 3618\_ГС-15\_57\_12736; 3618\_ГС-15\_57\_12737), с признаками нарушения частей 7, 8 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе),

в присутствии представителей ООО «Гэллэри Сервис» в лице <...> (по доверенности № <...>), <...> (по доверенности № <...>), <...> (по доверенности № <...>); ООО «Милашка» в лице <...> (по доверенности <...>), ООО «Медиа Сеть» в лице <...> (по доверенности № <...>),

## УСТАНОВИЛА:

Дело № № 3-24-272/77-17 возбуждено в отношении ООО «Гэллэри Сервис», ООО «МедиаЛогика» по факту распространения рекламы «ББЮТИ студия стройности и молодости» (3618\_ГС-15\_57; 3618\_ГС-15\_57\_12734; 3618\_ГС-15\_57\_12735; 3618\_ГС-15\_57\_12736; 3618\_ГС-15\_57\_12737).

Далее определением по делу № 3-24-172/77-18 от 30.01.2018 к участию в деле в качестве лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, были привлечены ООО «Медиа Сеть» и ООО «Милашка».

В рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения частей 7, 8 статьи 24 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы медицинских услуг без сопровождения предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, а также в рекламе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, а также медицинских изделий, для использования которых требуется специальная подготовка, не в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий и в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях.

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, выслушав доводы представителей ООО «Гэллэри Сервис», ООО «Медиа Сеть», ООО «Милашка» оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

ООО «Гэллэри Сервис» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 10.08.2004 за основным государственным регистрационным номером 1047796651176, ИНН 7714564333, КПП 773001001.

ООО «МедиаЛогика» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 15.02.2013 за основным государственным регистрационным номером 1137746124328, ИНН 7708782580, КПП 770401001.

ООО «Медиа Сеть» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 31.08.2005 за основным государственным регистрационным номером 1057748052185, ИНН 7702575443, КПП 770201001.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, под рекламой понимается информация, распространяемая 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.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Реклама размещалась на рекламных конструкциях на территории города Москва. Таким образом, установлено, что место и способ распространения рассматриваемой рекламы является общедоступным для неопределенного круга лиц потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по территории его распространения и кругу лиц-потребителей рекламы, Комиссией Московского УФАС России не установлено.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, под объектом рекламирования понимается товар, средство 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.

В соответствии с пунктом 3 статьи 3 Закона о рекламе товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Рассматриваемая реклама содержала следующую информацию:

- «Не прячьтесь за возраст...Будьте красивыми всегда! Мгновенное преображение . Аппаратная и инъекционная косметология для лица; БЬЮТИ студия стройности и молодости; ул. 10 Парковая, д. 3, тел.: 8(495) 247-88-07, Ежедневно с 10:00 до 22:00»;
- «Я уже готова к лету! А вы? Идеальный силуэт. Аппаратная и эстетическая косметология для тела; БЬЮТИ студия стройности и молодости; ул. 10 Парковая, д. 3, тел.: 8(495) 247-88-07, Ежедневно с 10:00 до 22:00»;
- «НЕТ! Неприятному запаху, мокрым подмышкам, стопам и ладоням! Лечение повышенного потоотделения 100% результат! Всего за одну процедуру! Забудьте о проблеме на полтора года! БЬЮТИ студия стройности и молодости; ул. 10 Парковая, д. 3, тел.: 8(495) 247-88-07, Ежедневно с 10:00 до 22:00»;
- «SOS! Как избавиться от прыщей!? Лечение акне-100% результат! Новейшая методика лечения акне! БЬЮТИ студия стройности и молодости; ул. 10 Парковая, д. 3, тел.: 8(495) 247-88-07, Ежедневно с 10:00 до 22:00»;

- «SOS! Проблема нежелательных волос! Теперь все будет гладко! Безболезненная лазерная эпиляция Lightsheer duet! БЬЮТИ студия стройности и молодости; ул. 10 Парковая, д. 3, тел.: 8(495) 247-88-07, Ежедневно с 10:00 до 22:00».

В настоящем случае, объектом рекламирования является студия красоты и стройности «Бьюти», а также оказываемые им услуги.

На основании изложенного, спорная информация является рекламой. Данный факт участниками дела не оспаривается.

В соответствии с частью 7 статьи 24 Закона о рекламе, реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и 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 телепрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, - не менее чем 5 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). Такие требования 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.

Пунктом 4 статьи 2 Федерального закона от 21.11.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» (далее — Закон об основах охраны здоровья) определено, что под медицинской услугой понимается медицинское вмешательство или комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение.

Согласно Отраслевому стандарту «Термины и определения системы стандартизации в здравоохранении» ОСТ 91500.01.0005-2001, утвержденному приказом Минздрава России от 22.01.2001 № 12, медицинская услуга — это мероприятие или комплекс мероприятий, направленных на профилактику заболеваний, их диагностику и лечение, имеющих самостоятельное законченное значение и определенную стоимость.

В настоящем случае рекламировались следующие медицинские услуги (в соответствии с Номенклатурой медицинских услуг, утвержденной приказом Минздрава России от 13.10.2017 № 804н): аппаратная и инъекционная

косметология; лечение повышенного потоотделения; лечение акне, а также эпиляция.

Согласно международной классификации болезней гипергидроз (повышенное потоотделение), угри обыкновенные (*acne vulgaris*) относятся к болезням.

При этом в рассматриваемой рекламе отсутствует указание на наличие противопоказаний, необходимости получения консультации специалиста.

Таким образом, рассматриваемая реклама, является рекламой медицинских услуг, направленных на лечение поименованных заболеваний.

Резюмируя изложенное, Комиссия Московского УФАС приходит к выводу о том, что в рекламе «БЬЮТИ студия стройности и молодости» отсутствует предупреждение о противопоказаниях, необходимости проконсультироваться со специалистом, при том, что такое предупреждение было обязательным к размещению.

В соответствии с частью 8 статьи 24 Закона о рекламе, реклама лекарственных препаратов в формах и дозировках, отпускаемых по рецептам на лекарственные препараты, методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, а также медицинских изделий, для использования которых требуется специальная подготовка, не допускается иначе как в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий и в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях.

В соответствии с регистрационным удостоверением № ФСЗ 2012/13005 от 28.09.2012, аппарат лазерный терапевтический Lightsheer duet является медицинским изделием. При этом данному изделию присвоен класс потенциального риска 2б, а именно данное медицинское изделие является изделием с повышенной степенью риска.

Также Комиссия обращает внимание на тот факт, что в комплектацию данного медицинского изделия входят, в том числе очки защитные для врача, руководство по проведению процедуры, обучающие и маркетинговые материалы.

Такая комплектация медицинского изделия подтверждает тот факт, что рекламируемый товар может использоваться только лицом, имеющим соответствующую профессиональную подготовку.

Исходя из вышесказанного, спорная реклама, в том числе направлена на привлечение внимания к медицинскому изделию Lightsheer duet.

Таким образом, реклама «SOS! Проблема нежелательных волос! Теперь все будет гладко! Безболезненная лазерная эпиляция Lightsheer duet! БЬЮТИ студия стройности и молодости; ул. 10 Парковая, д. 3, тел.: 8(495) 247-88-07, Ежедневно с 10:00 до 22:00» должна размещаться только в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий и в предназначенных для медицинских и

фармацевтических работников специализированных печатных изданиях.

Спорная реклама размещалась на рекламных конструкциях на территории города Москвы, то есть в общественном месте, доступ к которому имеет неограниченный круг лиц, а не только медицинские и фармацевтические работники.

Исходя из вышеизложенного, при распространении спорной рекламы установлены признаки нарушения частей 7, 8 статьи 24 Закона о рекламе.

Согласно пунктам 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований установленных частями 7, 8 статьи 24 Закона о рекламе несут рекламодатель и рекламораспространитель.

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно пункту 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламораспространителем является лицо осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламораспространителем является лицо, осуществляющее фактическое доведение содержания объекта рекламирования до сведения потребителей.

Спорная реклама распространялась на основании последовательно заключенных договоров:

- Договор № 3618/ГС-15 от 20.04.2015, заключенный между ООО «Гэллэри Сервис» и ООО «МедиаЛогика»;
- Договор оказания услуг №02И/МЛ-2013 от 01.03.2013, заключенный между ООО «МедиаЛогика» и ООО «Медиа Сеть»;
- Договор оказания услуг № Milashka-1538-M-I от 01.01.2017, заключенный между ООО «Медиа Сеть» и ООО «Милашка».

На основании изложенного и принимая во внимание вышеописанные обстоятельства распространения рассматриваемой рекламы, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что рекламодателем спорной рекламы является ООО «Милашка», рекламораспространителем является ООО «Гэллэри Сервис», что сторонами по делу не оспаривается.

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пускай и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной

рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

Также, в дело не представлено документальных доказательств невозможности продолжения распространения рассматриваемой рекламы, а равно подтвержденной информации о прекращении действия либо расторжении договоров, гражданско-правовых отношений или иных внутренних актов, на основании которых рассматриваемая реклама размещалась.

Предписание само по себе направлено на устранение нарушений, выявленных при рассмотрении конкретного дела, не является мерой ответственности стороны, исходит из выбранного уполномоченным органом способа защиты общественных отношений, исходя из положений Закона о рекламе, а также законных прав потребителей, конкурентов и иных заинтересованных лиц.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи ООО «Гэллэри Сервис», ООО «МедиаЛогика», ООО «Медиа Сеть», ООО «Милашка» предписаний о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения Закона о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 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, Комиссия Московского УФАС России

#### РЕШИЛА:

1. Признать ООО «Гэллэри Сервис», ООО «Милашка» нарушившими части 7, 8 статьи 24 Закона о рекламе, в связи с распространением рекламы «БЬЮТИ студия стройности и молодости» (3618\_ГС-15\_57; 3618\_ГС-15\_57\_12734; 3618\_ГС-15\_57\_12735; 3618\_ГС-15\_57\_12736; 3618\_ГС-15\_57\_12737).

2. Выдать ООО «Гэллэри Сервис», ООО «Милашка» предписания о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Выдать ООО «МедиаЛогика», ООО «Медиа Сеть» предписания о прекращении распространения рекламы с нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе.

4. Не передавать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении в связи с истечением срока привлечения к административной ответственности.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, статьей 37 Закона о рекламе.

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии <...>

<...>