

ООО «Аксаков информ»
(редакция журнала «Aksakov Magazine»)
450900, г. Уфа, с. Нагаево, ул. Старшины
Ларина, 12Ж
parkadokumentov@mail.ru

ООО «Аксаков Информ»
450077, г. Уфа, ул. Кирова, д. 29
aksakovmagazine@mail.ru

Заявители:
вх. № 20587-ЭП/23 от 27.12.2023

РЕШЕНИЕ
по делу № 002/05/24-189/2024

27.03.2024 года

г. Уфа, ул. Пушкина, 95

Решение в полном объеме изготовлено «05» апреля 2024 года

Комиссия Башкортостанского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

ВРИО Председатель Комиссии:

«...»;

Члены Комиссии:

«...»;

«...»;

рассмотрев дело № 002/05/24-189/2024 возбужденное по обращению физического лица в отношении ООО «Аксаков информ» (ОГРН 1190280007280, ИНН 0274943790) по факту распространения реклам с признаками нарушения пункта 7 статьи 7, части 7 и 8 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе», Закон о рекламе),

в присутствии:

- «...» (ордер от 27.02.2024) – представителя ООО «Аксаков информ».

УСТАНОВИЛА:

27.12.2023 года в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Башкортостан (далее - УФАС по РБ, антимонопольная служба) поступило заявление гражданина (вх. № 20587-ЭП/23 электронная почта срок рассмотрения продлен) с жалобой на рекламную информацию.

Заявитель сообщил, что в печатном СМИ журнале Aksakov Magazine (Весна 2023) (номер свидетельства ПИ № ТУ02-01664) размещена реклама с нарушением требований ФЗ «О рекламе», в частности на следующих страницах:

1. Стр. 85 - «Салон красоты Naz nail lounge».
2. Стр. 95 – «Контурная пластика губ в центре медицинской косметологии «Молекула!»».
3. Стр. 97 – «ПРЕОБРАЖЕНИЕ лица и тела Медицинская косметология».
4. Стр. 104 – «Красота это призвание Центр косметологии и красоты IVA clinic...».

По мнению Заявителя в указанных рекламах имеются признаки нарушения рекламы

лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, методов народной медицины.

12.02.2024 года Башкортостанским УФАС России, в порядке части 2 статьи 36 Закона о рекламе возбуждено дело № 002/05/24-189/2024 по признакам нарушения требований пункта 7 статьи 7, части 7 и 8 статьи 24 ФЗ «О рекламе». К участию в деле привлечены:

• **Заявитель:**

- вх. № 20587-ЭП/23 от 27.12.2023.

• **Лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:**

- ООО «Аксаков информ» (ОГРН 1190280007280, ИНН 0274943790).

Рассмотрение дела назначено на 05.03.2024 года.

05.03.2024 года на заседании Комиссии по рассмотрению дела № 002/05/24-189/2024 по признакам нарушения законодательства о рекламе представитель ООО «Аксаков информ» не присутствовал. От Общества поступило ходатайство об отложении рассмотрения дела (вх. № 3392-ЭП/24 от 04.03.2024 электронная почта).

Комиссия Башкортостанского УФАС России определила: 1. продлить срок рассмотрения дела. 2. рассмотрение дела отложить на 12.03.2024 года.

12.03.2024 года на заседании Комиссии по рассмотрению дела № 002/05/24-189/2024 по признакам нарушения законодательства о рекламе присутствовал:

- «...» – адвокат, представитель ООО «Аксаков информ».

Озвучена позиция, представлены сведения (вх. № 3888/24). Заявлено устное ходатайство об отложении дела для предоставления дополнительной информации. Ходатайство удовлетворено.

Комиссия Башкортостанского УФАС России определила: 1. рассмотрение дела отложить на 27.03.2024 года.

От ООО «Аксаков информ» поступили дополнительные сведения и пояснения в рамках дела (вх. № 4441-ЭП/24 от 21.03.2024 электронная почта), (вх. № 4818-ЭП/24 от 26.03.2024).

27.03.2024 года на заседании Комиссии по рассмотрению дела № 002/05/24-189/2024 по признакам нарушения законодательства о рекламе присутствовал:

- «...» – адвокат, представитель ООО «Аксаков информ».

Озвучена позиция, представлены пояснения (вх. № 4875/24).

Исследовав материалы дела, заслушав пояснения, Комиссия пришла к выводу, что информация, размещенная в печатном СМИ журнале Aksakov Magazine (Весна 2023) (номер свидетельства ПИ № ТУ02-01664) на следующих страницах:

1. Стр. 85 - «Салон красоты Naz nail lounge».

2. Стр. 95 – «Контурная пластика губ в центре медицинской косметологии «Молекула!»».

3. Стр. 97 – «ПРЕОБРАЖЕНИЕ лица и тела Медицинская косметология».

4. Стр. 104 – «Красота это призвание Центр косметологии и красоты IVA clinic...», нарушает требования ФЗ «О рекламе». При этом Комиссия исходит из следующего.

В соответствии с пунктами 1, 2, 3 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.

Объект рекламирования - 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.

Товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

По смыслу законодательного определения рекламой считается та информация, которая, во-первых, была распространена, во-вторых, адресована неопределенному кругу лиц, в-третьих, направляет внимание и интерес на объект рекламирования, в-четвертых, имеет цель продвинуть

объект рекламы на рынок. Иными словами, реклама призвана выделить рекламируемый объект из ряда других объектов и привлечь к нему внимание, а также побуждать лиц из числа неопределенного круга, среди которых распространялась реклама, обратиться за приобретением товара.

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками:

- распространена в печатном СМИ в журнале Aksakov Magazine (Весна 2023).
- является общедоступной для восприятия неопределенного круга лиц и не является персонафицированной.
- направлена на привлечения внимания потребителей к услугам и товарам, предоставляемым соответствующим рекламодателем и осуществляемой им деятельности и способствует формированию интереса к реализуемым товарам и их продвижение на рынке.
- объектом рекламирования выступают:
 - «Салон красоты Naz nail lounge» - салон красоты путем перечисления оказываемых услуг (спа педикюр/маникюр, массаж, мехенди...). Указаны контактные данные (адрес, номер телефона, адреса сайтов).
 - *Контурная пластика губ в центре медицинской косметологии «Молекула»!* - услуги (в частности контурная пластика губ), оказываемые в центре медицинской косметологии «Молекула». Указаны контактные данные (адрес, номера телефонов).
 - *ПРЕОБРАЖЕНИЕ лица и тела Медицинская косметология* – услуги медицинской косметологии ПРЕОБРАЖЕНЕ. Указаны контактные данные (адрес, номер телефона, адреса сайтов).
 - *Красота это призвание Центр косметологии и красоты IVA clinic* – услуги косметологии и красоты IVA clinic (...косметологи IVA clinic с радостью подберут для вас идеальной комплекс, помогут грамотно соединить процедуры, которые подойдут именно вам...). Указаны контактные данные (номер телефона, адреса сайтов).

Рассматриваемая информация формирует и поддерживает потребительский интерес к данным товарам, что направлено на положительное выделение услуг и стимулирование потенциальных потребителей рекламы к обращению к данным хозяйствующим субъектам.

- целью распространения рекламы является увеличение спроса на рекламируемый товар (услуги).

Факт признания указанных объявлений рекламными, ООО «Аксаков информ» не оспаривается.

Частью 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» установлено, что реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно части 7 статьи 24 Закона о рекламе установлено, что 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.

Указанная норма требует включать в содержание рекламы лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской

реабилитации, медицинских изделий один из видов предупреждения: - о наличии противопоказаний к их применению и использованию; - о необходимости ознакомления с инструкцией по применению объекта рекламирования; - о необходимости получения консультации специалистов. При этом в зависимости от вида объекта рекламирования рекламодатель самостоятельно вправе определить, какой из этих видов предупреждения использовать в рекламе.

Информация должна быть четко и ясно доведена до потребителей рекламы для адекватного восприятия. Площадь предупреждения следует рассчитывать, исходя из соотношения площади всего рекламного макета (рекламного объявления) и площади пространства, занимаемой текстом предупреждения.

Согласно статье 2 Федерального закона от 21 ноября 2011 г. № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан Российской Федерации» (далее - Федеральный закон «Об основах охраны здоровья») под медицинской деятельностью понимается профессиональная деятельность по оказанию медицинской помощи, проведению медицинских экспертиз, медицинских осмотров и медицинских освидетельствований, санитарно противоэпидемических (профилактических) мероприятий и профессиональная деятельность, связанная с трансплантацией (пересадкой) органов и (или) тканей, обращением донорской крови и (или) ее компонентов в медицинских целях.

Согласно статье 2 Федерального закона «Об основах охраны здоровья» 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.

Понятие и перечень медицинских услуг определены Номенклатурой медицинских услуг, утвержденной приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 13 октября 2017 г. № 804н (далее - Номенклатура медицинских услуг).

При этом в случае, если какой-либо способ воздействия на организм человека содержится в Номенклатуре медицинских услуг, то такой способ воздействия на организм человека, относится к медицинской услуге.

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.

Раздел «А» обозначает определенный тип медицинской услуги, в том числе раздел 21 - лечение с помощью простых физических воздействий на пациента (массаж, иглорефлексотерапия, мануальная терапия, остеопатия).

Таким образом, согласно Номенклатуре к простым медицинским услугам отнесены общий массаж, массаж рук, шеи, лица, волосистой части головы и т.д., и которые классифицированы, преимущественно, по анатомическому признаку (например, общий массаж медицинский (A21.01.001), массаж лица медицинский (A21.01.002), массаж шеи медицинский (A21.01.003), массаж верхней конечности, надплечья и области лопатки (A21.01.004.001), массаж нижней конечности и поясницы (A21.01.009.001) и т.д).

В соответствии с пунктом 7 статьи 7 Закона о рекламе не допускается реклама товаров, на

производство и (или) реализацию которых требуется получение лицензий или иных специальных разрешений, в случае отсутствия таких разрешений.

В соответствии с пунктом 46 части 1 статьи 12 Федерального закона от 04.05.2011 № 99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности» (далее – Закон о лицензировании) медицинская деятельность подлежит лицензированию.

При этом в силу позиции, изложенной в пункте 22 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда от 8 октября 2012 года № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», понятие «медицинская деятельность» шире, чем понятие «медицинская услуга».

С учетом изложенного, **реклама услуг салона красоты «Naz nail lounge» (стр. 85 журнала) (* spa педикюр/маникюр • массажа • мехенди • брови • услуга подолога • set 4, 6 рук)** нарушает требования пункта 7 статьи 7 и части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе», так как информация не содержит предупредительной информации о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

Целью размещения в рекламе предупредительной информации такого рода является обеспечение правильного приема лекарственных препаратов, получения медицинских услуг и надлежащей эксплуатации медицинской техники. Поэтому существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированная у потребителя такой рекламы. Отсутствие в рекламе существенной части информации о противопоказаниях и необходимости получения консультации специалистов приводит к искажению рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемым видом услуг.

Информация, размещенная на 95 странице журнала, содержит рекламу контурной пластики губ медицинской косметологии «Молекула»!

В номенклатуре медицинских услуг пластика губ отнесена к медицинским услугам раздела «А», в частности: А16.07.083 Пластика верхней губы; А16.07.083.001 Пластика верхней губы с использованием местных тканей; А16.07.083.002 Пластика верхней губы с использованием имплантата; А16.07.084 Пластика нижней губы; А16.07.084.001 Пластика нижней губы с использованием местных тканей; А16.07.084.002 Пластика нижней губы с использованием имплантата.

Рекламное объявление медицинских услуг содержат следующее предупреждение – «необходима консультация специалиста», однако, в соответствии с частью 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе» предупреждению о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов должно быть отведено не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

Общая площадь рекламного пространства (стр. 95) составляет 526,5 см². Площадь предупреждения, расположенного в нижней части рекламы составляет 6,5 см², что составляет 1,23 % от общей площади рекламы, вместе с тем площадь предупреждения равная 5 %, должна составлять 26,32 см².

Таким образом, **реклама услуг центра медицинской косметологии «Молекула»** нарушает требования части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе», так как предупредительная информации о наличии противопоказаний/необходимости получения консультации специалистов, составляет менее пяти процентов рекламной площади.

Информация, размещенная на 97 странице журнала, содержит рекламу медицинской косметологии (раздел «В» перечень медицинских специальностей 008 - дерматовенерология и косметология, раздел «А» А01.01.004 Сбор анамнеза и жалоб в косметологии), а также, рекламу медицинских изделий (ARAMO Smart Wizard, Лазерная система Q Master+, SMAS лифтинг UCOS NIFU, Криодеструктор Криотек, LPG Cellu M6 integral).

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 (часть 8 статьи 24 ФЗ «О рекламе»).

В указанной информации присутствует предупреждение – *«имеются противопоказания необходима консультация специалиста»*, однако его площадь составляет менее 5 % (общая площадь рекламного пространства (стр. 97) составляет 526,5 см². Площадь предупреждения, расположенного в правой части рекламы составляет 6,5 см², что составляет 1,28 % от общей площади рекламы, вместе с тем площадь предупреждения равная 5 %, должна составлять 26,32 см²).

Таким образом, **реклама услуг медицинской косметологии ПРЕОБРАЖЕНИЕ** нарушает требования части 7 и 8 статьи 24 ФЗ «О рекламе», так как предупредительная информации о наличии противопоказаний/необходимости получения консультации специалистов, составляет менее пяти процентов рекламной площади и объявление содержит рекламу медицинских изделий, для использования которых требуется специальная подготовка.

Аналогичные нарушения требований части 7 и 8 статьи 24 ФЗ «О рекламе» содержатся в рекламе Центра косметологии и красоты IVA clinic на 104 странице журнала.

Площадь предупреждения – *«имеются противопоказания необходима консультация специалиста»* составляет 1,28 % от общей площади рекламы, и в объявлении также содержатся реклама медицинских изделий, для использования которых требуется специальная подготовка (нити ARTOS и BioSLine, аппарат KN Magnetic).

Факт правонарушения ООО «Аксаков информ» не оспаривается.

Ответственность за нарушение указанных норм ФЗ «О рекламе», в соответствии с частью 6 и 7 статьи 38 данного Закона, возложена на рекламодателя и рекламораспространителя.

Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (пункт 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе»).

Рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (пункт 7 статьи 3 Закона о рекламе).

Рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму (пункт 6 статьи 3 ФЗ «О рекламе»).

Рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в частях 6 и 7 настоящей статьи, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине (часть 8 статьи 38 ФЗ «О рекламе»).

Из пояснений представленных ООО «Аксаков информ» следует, что Общество выступило рекламопроизводителем и рекламораспространителем данных реклам.

Согласно пункту 49 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.

Комиссией принято решение предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе Обществу не выдавать, так как период распространения реклам был ограничен тиражом журнала (март 2023), а сведения о продолжении распространения аналогичных реклам в последующих выпусках журнала в материалы дела не представлено.

Комиссия также отмечает следующее.

Частью 4 статьи 38 Закона о рекламе, частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ) предусмотрена административная ответственность за нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе.

Исходя из части 1 статьи 4.5 КоАП РФ, постановление по делу об административном правонарушении за нарушение законодательства о рекламе не может быть вынесено по истечении одного года со дня совершения административного правонарушения.

Пунктом 5 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» закреплено, что рассматривая дела о привлечении лиц к административной ответственности за нарушение законодательства о рекламе, суды должны учитывать, что срок давности привлечения к административной ответственности начинается течь с момента совершения такого правонарушения, а не с момента принятия антимонопольным органом решения о нарушении законодательства о рекламе.

В случае размещения спорной рекламы в средствах массовой информации сроки давности привлечения к административной ответственности за данные правонарушения исчисляются со дня последнего распространения рекламы в средстве массовой информации.

Если спорная реклама размещена в средстве массовой информации, выпущенном тиражом, срок давности привлечения к административной ответственности за указанное правонарушение исчисляется со дня начала распространения соответствующего тиража этого средства массовой информации.

Так как реклама была распространена в СМИ – журнал Aksakov Magazine (Весна 2023 дата выхода в печать 01.03.2023) годичный срок давности привлечения к административной ответственности истек.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 42-48 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать ООО «Аксаков информ» рекламопроизводителем и рекламораспространителем реклам.

2. Признать рекламы ненадлежащими, поскольку в них нарушены требования части 7 статьи 24, требования пункта 7 статьи 7 (стр. 85) и части 8 статьи 24 (стр. 97, 104) Федерального закона «О рекламе».

3. Предписание о прекращении нарушений требований законодательства Российской Федерации о рекламе не выдавать в связи с отсутствием оснований для его выдачи.

4. Не передавать материалы дела для возбуждения административного производства, предусмотренного статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

ВРИО председателя Комиссии

«...»

Члены Комиссии

«...»

«...»