

ООО «Издательский Дом
«Мэгэзин Медиа Групп»
ул. Города Волос, 72/63,
г. Ростов-на-Дону, 344010

Управление Федеральной
службы
по надзору в сфере связи,
информационных технологий и
массовых коммуникаций по
ЮФО
ул. Маяковского, д. 158,
г. Краснодар, 350001

РЕШЕНИЕ

**Резолютивная часть решения оглашена «29» марта 2018 г.
Краснодар**

г.

В полном объеме решение изготовлено «6» апреля 2018 г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Краснодарскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

...

рассмотрев дело № 18Р/2018, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в отношении ООО «Издательский Дом «Мэгэзин Медиа Групп» (юридический адрес: 344010, г. Ростов-на-Дону, ул. Города Волос, 72/63; почтовый адрес: 344018, г. Ростов-на-Дону, ул. Текучева, д. 139г, офис 6-9; ИНН 6163101165; ОГРН 1106195001857; адрес редакции:

354000, г. Сочи, ул. Транспортная, д. 74б), а также в отношении ИП Г... по факту распространения в журнале «Fashion&Beauty. Сочи» за сентябрь и за октябрь 2017 года рекламы алкогольной продукции, рекламы информационной продукции, рекламы медицинских услуг, медицинских изделий, БАД с признаками нарушения ч. 10.1 ст. 5, ч. 2 ст. 21, ч. 7, ч. 8 ст. 24, ч. 1.1 ст. 25 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в присутствии представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ООО «Издательский Дом «Мэгэзин Медиа Групп» по доверенности ...;

в присутствии представителя Управления Роскомнадзора по ЮФО по доверенности ...;

в отсутствие лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ИП Г..., надлежащим образом уведомленной о месте и времени рассмотрения дела № 18Р/2018,

УСТАНОВИЛА:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе и в связи с поступившим заявлением физического лица (вх. № 12723 от 28.11.2017г.) о признаках нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе при распространении рекламы алкогольной продукции в журнале «Fashion&Beauty.Сочи» за октябрь 2017 года, Управление Федеральной антимонопольной службы по Краснодарскому краю установило следующее.

В соответствии с п.п. 1, 2, 3 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» рекламой признается 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 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; товар - это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный

для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В журнале «Fashion&Beauty.Сочи» за октябрь 2017 года» на страницах 76, 77 в статье «Кухня с акцентом» распространена реклама ресторана «Мистер Хинкали», а также реклама алкогольной продукции (вино La Nina kindzmaurauli), в том числе содержания: *«Сеть ресторанов «Мистер Хинкали» успешно работает в столице, а вот в замкадье первым экспериментом стал Сочи. Чтобы готовить грузинскую кухню для таких избалованных и знающих гостей, как сочинцы, надо иметь изрядную уверенность в себе. Идем пробовать....»* с изображением бутылок вина La Nina kindzmaurauli.

Также в журнале «Fashion&Beauty.Сочи» за сентябрь 2017 года распространена реклама алкогольной продукции:

- на странице 89: «шампанское Veuve Clicquot»;
- на странице 92: «дегустация эксклюзивного сигарного рома Havana Club Union COHIBA ATMOSHPERE»;
- на странице 96: «гости угощались коктейлями Ambassador Martini».

В соответствии с п. 1 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться в периодических печатных, за исключением рекламы пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, а также вина и игристого вина (шампанского), произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда, которая не должна размещаться на первой и последней полосах газет, а также на первой и последней страницах и обложках журналов.

В соответствии с п. 7 ст. 2 Федерального закона от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной продукции и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» алкогольной продукцией является пищевая продукция, которая произведена с использованием или без использования этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции, с содержанием этилового спирта более 0,5 процента объема готовой продукции, за исключением пищевой продукции в соответствии с [перечнем](#), установленным Правительством Российской Федерации. Алкогольная продукция подразделяется на такие виды, как спиртные напитки (в том числе водка), вино, фруктовое вино, ликерное вино,

игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

Таким образом, при распространении рекламы алкогольной продукции в журнале «Fashion&Beauty.Сочи» за сентябрь 2017 года на страницах 89, 92, 96, а также за октябрь 2017 года на страницах 76, 77 нарушены требования п. 1 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе», поскольку размещение рекламы алкогольной продукции в периодических печатных запрещено. Рекламируемая алкогольная продукция не относится к пиву и напиткам, изготавливаемых на основе пива, а также к вину и игристому вину (шампанскому), произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда.

Также Краснодарским УФАС России установлено, что в журнале «Fashion&Beauty.Сочи» за сентябрь 2017 года размещена реклама информационной продукции:

- на странице 8: «Концерт Меладзе», «Конкурс Топ Модель Сочи», «Спектакль Екатерина Великая», «Олимпийский парк соревнования Триатлон»;
- на странице 14: «Конкурс Топ Модель Сочи»;
- на страницах 88-89: «Вечеринка у бассейна 26 августа 2017»;
- на странице 92: «Кубинское настроение BY SOCHI. CIGARS.CLAB»;
- на странице 94: мероприятие «вечерника Морские танцы»;
- на странице 96: мероприятие «Начало бархатного сезона отель Имеретинский», без указания [категории](#) информационной продукции.

В соответствии с ч. 10.1 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального [закона](#) от 29 декабря 2010 года N 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», без указания [категории](#) информационной продукции.

Согласно п. 2 ст. 2 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» под знаком информационной продукции понимается графическое и (или) текстовое обозначение информационной продукции в соответствии с классификацией информационной продукции, предусмотренной частью 3 статьи 6 Федерального закона № 436-ФЗ.

Согласно п. 5 ст. 2 Федерального закона № 436-ФЗ информационная продукция это предназначенные для оборота на территории Российской Федерации продукция средств массовой информации, печатная информация, 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.

В соответствии с п. 3 ст. 2 Федерального закона № 436-ФЗ зрелищное мероприятие это 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.

В силу п. 12 ст. 2 Федерального закона № 436-ФЗ под оборотом информационной продукции понимается предоставление и (или) распространение информационной продукции, включая ее продажу (в том числе распространение по подписке), аренду, прокат, раздачу, выдачу из фондов общедоступных библиотек, публичный показ, публичное исполнение (в том числе посредством зрелищных мероприятий), распространение посредством эфирного или кабельного вещания, информационно-телекоммуникационных сетей, в том числе сети «Интернет», и сетей подвижной радиотелефонной связи.

Комиссией Краснодарского УФАС России установлено, что при распространении в журнале «Fashion&Beauty.Сочи» за сентябрь 2017 года на страницах 8, 14, 88, 89, 92, 94, 96 рекламы информационной продукции (зрелищные мероприятия) не указана категория данной информационной продукции (возрастное ограничение), следовательно, при распространении указанной рекламы нарушена часть 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Также Краснодарским УФАС России установлено, что в журнале «Fashion&Beauty.Сочи» за сентябрь 2017 года размещена реклама медицинских услуг, а также медицинских изделий:

- на странице 67: «процедура дермотонии на аппарате Fullskin (Skinexians Франция); процедура лазерного липолиза на аппарате STS Lipotech (Sorisa Испания); процедура прессотерапии на аппарате Impress-240 (Sorisa Испания); лазерная эпиляция на аппарате Magma (Formatk Израиль) с изображением аппаратов;

- на странице 68, 69 реклама стоматологических услуг (установка имплантатов, установка коронки);

- на странице 73 реклама косметологических услуг биоармирование, инъекции

Тредлифтинг (мезонити) без предупреждения о наличии противопоказаний к применению и использованию медицинских услуг.

В соответствии с ч. 7 ст. 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.

[Приказом](#) Министерства здравоохранения Российской Федерации от 13.10.2017 № 804н утверждена [Номенклатура](#) медицинских услуг, согласно которой к медицинским услугам относятся (раздел А): проведение эпиляции (код А14.01.013) (страница 67), восстановление зуба коронкой (А16.07.004), протезирование зуба с использованием имплантата (А16.07.006), протезирование частичными съемными пластинчатыми протезами (код услуги А16.07.035) (страницы 68-69), подкожное введение лекарственных препаратов (код услуги А11.01.002) (страница 73).

Таким образом, при распространении рекламы медицинских услуг в журнале «Fashion&Beauty.Сочи» за сентябрь 2017 года на страницах 67, 68, 69, 73 нарушены требования ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе», поскольку реклама не содержит предупреждения о наличии противопоказаний к применению и использованию медицинских услуг, необходимости получения консультации специалистов.

Также при распространении на странице 67 рекламы медицинских изделий:

- процедура дермотонии на аппарате Fullskin (Skinexians Франция);
 - процедура лазерного липолиза на аппарате STS Lipotech (Sorisa Испания);
 - процедура прессотерапии на аппарате Impress-240 (Sorisa Испания);
- Прессотерапия;
- лазерная эпиляция на аппарате Magma (Formatk Израиль) с изображением аппаратов Fullskin, Impress-240, Magma нарушены требования ч. 8 ст. 24

Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с ч. 8 ст. 24 Федерального 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 ч. 1 ст. 38 Федерального закона от 21.11.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» медицинскими изделиями являются любые инструменты, аппараты, приборы, оборудование, материалы и прочие изделия, применяемые в медицинских целях отдельно или в сочетании между собой, а также вместе с другими принадлежностями, необходимыми для применения указанных изделий по назначению, включая специальное программное обеспечение, и предназначенные производителем для профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации заболеваний, мониторинга состояния организма человека, проведения медицинских исследований, восстановления, замещения, изменения анатомической структуры или физиологических функций организма, предотвращения или прерывания беременности, функциональное назначение которых не реализуется путем фармакологического, иммунологического, генетического или метаболитического воздействия на организм человека.

Приказом министерства здравоохранения Российской Федерации от 06.06.2012г. № 4н «Об утверждении номенклатурной классификации медицинских изделий» утверждена номенклатурная классификация медицинских изделий по видам.

Согласно указанной классификации медицинских изделий в 8 группу/подгруппу медицинских изделий для пластической хирургии и косметологии включены системы дерматологические лазерные (№ 8.4), прочие медицинские изделия для пластической хирургии, дерматологии и косметологии (№ 8.7).

Из выходных данных журнала «Fashion&Beauty. Сочи» за сентябрь и за октябрь 2017 года следует, что учредителем и издателем журнала

является ООО Издательский Дом «Мэгэзин Медиа Групп» (ООО «ИД ММГ») (юридический адрес: 344010, г. Ростов-на-Дону, ул. Города Волос, 72/63; почтовый адрес: 344018, г. Ростов-на-Дону, ул. Текучева, д. 139г, офис 6-9; ИНН 6163101165; ОГРН 1106195001857). Адрес редакции: 354000, г. Сочи, ул. Транспортная, д. 74б.

Также в выходных данных журнала «Fashion&Beauty. Сочи» за сентябрь и за октябрь 2017 года указано свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ 61-00423 от 06.09.2010г.

В соответствии со свидетельством о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ 61-00423 от 06.09.2010г., представленным по запросу Краснодарского УФАС России из Управления Роскомнадзора по Южному федеральному округу (вх. № 1565 от 16.02.2018г.), журнал «Fashion&Beauty» является рекламным СМИ. Учредителем журнала является ООО «Издательский Дом «Мэгэзин Медиа Групп».

Следовательно, журнал «Fashion&Beauty», распространяемый в Сочи не является специализированным печатным изданием, предназначенным для медицинских и фармацевтических работников.

Таким образом, при распространении рекламы медицинских изделий на странице 67 в журнале «Fashion&Beauty.Сочи» за сентябрь 2017 года (аппаратов Fullskin, Impress-240, Magma) нарушены требования ч. 8 ст. 24 Федерального закона «О рекламе», поскольку указанный журнал не является специализированным печатным изданием, предназначенным для медицинских и фармацевтических работников.

Также Краснодарским УФАС России установлено, что в журнале «Fashion&Beauty.Сочи» за сентябрь 2017 года на странице 77 и за октябрь 2017 года на странице 69 под заголовком «Волшебная пилюля» распространена реклама БАДов «КЛК500» и «Омега-3 Комплекс» без предупреждения о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством.

В соответствии с ч. 1.1. ст. 25 Федерального закона «О рекламе» реклама биологически активных добавок в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством. В данной рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах, при кино- и видеообслуживании, - не менее чем

пять секунд, и такому предупреждению должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

Таким образом, при распространении рекламы БАДов «КЛК500» и «Омега-3 Комплекс» в журнале «Fashion&Beauty.Сочи» за сентябрь 2017 года на странице 77 и за октябрь 2017 года на странице 69 нарушены требования ч. 1.1 ст. 25 Федерального закона «О рекламе», поскольку реклама БАДов не содержит предупреждения о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством.

Согласно п. 4 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Следовательно, реклама алкогольной продукции, реклама информационной продукции, реклама медицинских услуг, медицинских изделий, БАДов, распространяемая в журнале «Fashion&Beauty.Сочи» за сентябрь и за октябрь 2017 года, является ненадлежащей.

В соответствии с ч. 7 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных ч. 10.1 ст. 5, ч. 2 ст. 21, ч. 7, ч. 8 ст. 24, ч. 1.1 ст. 25 Федерального закона «О рекламе», несет рекламораспространитель.

Согласно п. 7 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» рекламораспространителем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ 61-00423 от 06.09.2010г. учредителем журнала является ООО «Издательский Дом «Мэгэзин Медиа Групп».

Дело № 18Р/2018 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе было возбуждено в отношении ООО «Издательский Дом «Мэгэзин Медиа Групп».

При рассмотрении дела у ООО «Издательский Дом «Мэгэзин Медиа Групп» были запрошены копии договоров, заключенных с контрагентами на размещение рекламы в журнале «Fashion&Beauty. Сочи» со всеми приложениями.

12.02.2018г. в Краснодарское УФАС России от ООО «Издательский Дом «Мэгэзин Медиа Групп» поступили пояснения и документы, из которых следует, что ООО «Издательский Дом «Мэгэзин Медиа Групп» не осуществлял выпуск журнала

«Fashion&Beauty. Сочи» за сентябрь и октябрь 2017 года. Издателем и распространителем журнала «Fashion&Beauty» в городе Сочи является индивидуальный предприниматель Г... Между ООО «Издательский Дом «Мэгэзин Медиа Групп» и ИП Г... заключен лицензионный договор, согласно которому ООО ИД «Мэгэзин Медиа Групп» предоставило ИП Г... право на использование бренда «Fashion&Beauty» для издания и распространения на территории Краснодарского края и г. Сочи журнала «Fashion&Beauty».

По условиям лицензионного договора № 01 от 23.04.2015г. ИП Г... осуществляет полный комплекс мероприятий по изданию и распространению журнала на территории г. Сочи. В выходных данных журнала «Fashion&Beauty. Сочи» ошибочно указаны данные ООО «Издательский Дом «Мэгэзин Медиа Групп».

В связи с установлением обстоятельств, свидетельствующих о наличии признаков нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в действиях индивидуального предпринимателя Г... у Краснодарского УФАС России возникла необходимость в привлечении в дело в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ИП Г...

При рассмотрении дела № 18Р/2018 у ИП Г... были запрошены копии договоров, заключенных с контрагентами на размещение рекламы в журнале «Fashion&Beauty. Сочи» со всеми приложениями, а также пояснения по делу.

21.03.2018г. в Краснодарское УФАС России поступили документы и пояснения ИП Г..., из которых следует, что ИП Г... осуществляла издание и распространение журнала «Fashion&Beauty. Сочи» за сентябрь и октябрь 2017 года. Также ИП Г... признала свою вину в распространении ненадлежащей рекламы.

Изучив представленные в дело № 18 Р/2018 документы и пояснения лиц, участвующих в деле, Комиссия пришла к выводу о том, что в действиях ООО «Издательский Дом «Мэгэзин Медиа Групп» отсутствуют нарушения Федерального закона «О рекламе».

Комиссия Краснодарского УФАС России установила, что рекламодателем рекламы в журнале «Fashion&Beauty. Сочи» за сентябрь и октябрь 2017 года является ИП Г...

Распространение ненадлежащей рекламы произошло по вине рекламодателя ИП Г... В данном случае нарушение установленных Законом требований к рекламе было очевидным для рекламодателя, оказывающего услуги в качестве такового на постоянной основе.

Таким образом, Комиссией Краснодарского УФАС России установлено при распространении рекламы алкогольной продукции в журнале «Fashion&Beauty.Сочи» за сентябрь 2017 года на страницах

89, 92, 96, а также за октябрь 2017 года на страницах 76, 77 нарушены требования п. 1 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе», поскольку размещение рекламы алкогольной продукции в периодических печатных запрещено.

Также Комиссией установлено, что при распространении в журнале «Fashion&Beauty.Сочи» за сентябрь 2017 года на страницах 8, 14, 88, 89, 92, 94, 96 рекламы информационной продукции (зрелищные мероприятия) не указана категория данной информационной продукции (возрастное ограничение), следовательно, при распространении указанной рекламы нарушены требования ч. 10.1 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Кроме того, Комиссия установила, что при распространении рекламы медицинских услуг в журнале «Fashion&Beauty.Сочи» за сентябрь 2017 года на страницах 67, 68, 69, 73 нарушены требования ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе», поскольку реклама не содержит предупреждения о наличии противопоказаний к применению и использованию медицинских услуг, необходимости получения консультации специалистов.

Также, при распространении рекламы медицинских изделий на странице 67 в журнале «Fashion&Beauty.Сочи» за сентябрь 2017 года с изображением аппаратов Fullskin, Impress-240, Magma нарушены требования ч. 8 ст. 24 Федерального закона «О рекламе», поскольку указанный журнал не является специализированным печатным изданием, предназначенным для медицинских и фармацевтических работников.

Также Комиссия установила, что при распространении рекламы БАДов «КЛК500» и «Омега-3 Комплекс» в журнале «Fashion&Beauty.Сочи» за сентябрь 2017 года на странице 77 и за октябрь 2017 года на странице 69 нарушены требования ч. 1.1 ст. 25 Федерального закона «О рекламе», поскольку реклама БАДов не содержит предупреждением о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством.

Руководствуясь частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37 – 42, 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, размещенную в журнале «Fashion&Beauty.Сочи» за сентябрь 2017 года:

- алкогольной продукции:

- на странице 89: «шампанское Veuve Clicquot»;

- на странице 92: «дегустация эксклюзивного сигарного рома Havana Club Union SONIBA ATMOSHPERE»;

- на странице 96: «гости угощались коктейлями Ambassador Martini», поскольку в ней нарушены требования п. 1 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе»;

- информационной продукции:

- на странице 8: «Концерт Меладзе», «Конкурс Топ Модель Сочи», «Спектакль Екатерина Великая», «Олимпийский парк соревнования Триатлон»;

- на странице 14: «Конкурс Топ Модель Сочи»;

- на страницах 88-89: «Вечеринка у бассейна 26 августа 2017»;

- на странице 92: «Кубинское настроение BY SOCHI. CIGARS.CLAB»;

- на странице 94: мероприятие «вечерника Морские танцы»;

- на странице 96: мероприятие «Начало бархатного сезона отель Имеретинский», поскольку в ней нарушены требования ч. 10.1 ст. 5 Федерального закона «О рекламе»;

- медицинских услуг на страницах 67, 68, 69, 73, поскольку в ней нарушены требования ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе»;

- медицинских изделий на странице 67, поскольку в ней нарушены требования ч. 8 ст. 24 Федерального закона «О рекламе»;

- БАДов на странице 77, поскольку в ней нарушены требования ч. 1.1 ст. 25 Федерального закона «О рекламе».

2. Признать ненадлежащей рекламу, размещенную в журнале «Fashion&Beauty.Сочи» за октябрь 2017 года:

- алкогольной продукции на страницах 76-77 (La Nina kindzmaurauli), поскольку в ней нарушены требования п. 1 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе»;

- БАДов («КЛК500» и «Омега-3 Комплекс») на странице 69, поскольку в ней нарушены требования ч. 1.1 ст. 25 Федерального закона «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ИП Г...не выдать в связи с прекращением выпуска журнала «Fashion&Beauty.Сочи».

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному Краснодарского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 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.