

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ №063/05/16-829/2021

16 ноября 2021 года
Самара

г.о.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Самарской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии –;

Члены Комиссии –,

.....,

рассмотрев дело №063/05/16-829/2021, возбужденное в отношении **ООО «Прорадости»** по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно **части 7 статьи 7, статьи 16, части 3 статьи 21, части 7 статьи 24** Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006г №38-ФЗ (далее – ФЗ «О рекламе»),

в отсутствии представителей:

заявителя – Управления Роскомнадзора по Самарской области (ул. Молодогвардейская, д. 198, г. Самара, 443001), лицо уведомлялось надлежащим образом посредством почтовой связи, что подтверждается отчетом об отправке отправления с идентификатором 44312361433798 и атрибутом «вручение адресату почтальоном 29.09.2021г»; списком внутренних почтовых отправлений № 1 от 28.09.2021 г., чеком ККМ от 28.09.2021 г.;

в присутствии представителей:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО «Прорадости» () – директора К.Е.В., главного редактора С. Е.Е. (приказ № 2-к от 28.09.2015г.), лицо уведомлялось надлежащим образом посредством почтовой связи, что подтверждается отчетом об отправке отправления с идентификатором 44312361433804 и атрибутом «вручение адресату 06.10.2021г»; списком внутренних почтовых отправлений №1 от 28.09.2021 г., чеком ККМ от 28.09.2021 г.;

заинтересованного лица – _____

эксперта – _____

переводчика – _____

УСТАНОВИЛА:

В адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Самарской области (далее - Самарское УФАС России) поступили посредством почтовой связи материалы планового систематического наблюдения (исх. № 15552-05/63 от 16.07.2021г./вх. № 5700 от 19.07.2021г.), проведенного Управлением Роскомнадзора по Самарской области в отношении печатного средства массовой информации журнала «ПРОРАДОСТИ» (далее – журнал) (регистрационный номер ПИ № ТУ 63 – 00823 от 19.10.2015г.), в ходе которого были выявлены признаки нарушения статьи 16 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе»).

Учредителем СМИ является Общество с ограниченной ответственностью «Прорадости» (...).

Материалами было установлено, что, согласно регистрационным документам, примерная тематика и специализация СМИ – рекламная.

В выходных данных журнала «ПРОРАДОСТИ» выпуска № 1 (29) от 20.01.2021г., на обложке и в выходных данных выпуска № 2 (30) от 28.04.2021г. информация о рекламной специализации СМИ отсутствует. Пометка «рекламно-информационное издание» содержится только на обложке журнала выпуска № 1 (29) от 20.01.2021г. При этом, в рекламных материалах журнал не использует пометку «реклама» или пометку «на правах рекламы» в виду рекламной специализации.

Вместе с тем, Самарское УФАС России, рассмотрев материалы планового систематического наблюдения Управления Роскомнадзора по Самарской области в отношении журнала «ПРОРАДОСТИ», установила следующее.

На странице 22-23 журнала выпуска № 2 (30) апрель-май 2021 размещена рекламная информация лечебно-диагностического центра «STK». В рекламном материале рассказывается о специалистах по определенным медицинским направлениям, а также о возможности воспользоваться услугами современной аппаратной диагностики, сдачи лабораторных анализов, получения консультации специалистов.

При этом, на рекламном материале отсутствует предупреждение о наличии противопоказаний, необходимости ознакомления с инструкцией по

применению или получения консультации специалистов.

На странице 42-43 журнала выпуска № 2 (30) апрель-май 2021 размещена рекламная статья о представителях российского виноделия в «Alcohol» и «Alcohol&Co». При этом, предупредительная надпись о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции размещена таким образом, что форма ее представления не позволяет воспринять информацию, поскольку содержится на внутренней стороне страницы ближе к середине журнала.

На странице 48-49 журнала выпуска № 2 (30) апрель-май 2021 размещена рекламная информация английского детского сада «SUN SCHOOL». Вместе с тем, информация о наличии лицензии на осуществление образовательной деятельности в материалах дела отсутствует.

Таким образом, указанные рекламные образцы содержат признаки нарушения части 7 статьи 7, статьи 16, части 3 статьи 21, части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» рекламодаделец несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 7, частью 3 статьи 21, частью 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение части 7 статьи 7, статьи 16, части 3 статьи 21, части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе» указанного закона несет рекламораспространитель.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 24-26 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Самарского УФАС России возбудила производство по делу № 063/05/16-829/2021 по признакам нарушения рекламного законодательства, рассмотрение дела назначено на 22 сентября 2021 года.

Определением о продлении срока и об отложении рассмотрения дела № 063/05/16-829/2021 от 22.09.2021г., ввиду необходимости надлежащего уведомления лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, рассмотрение дела было отложено. Новая дата рассмотрения дела была назначена на 26.10.2021г.

В адрес Самарского УФАС России поступили документы и сведения, письменные пояснения, а также выпуски журнала «Прорадости» № 1 (29) от 20.01.2021, № 2 (30) от 28.04.2021 от ООО «Прорадости» (вх. № 414/21 от 18.10.2021).

Как следует из представленных пояснений, при указании выходных данных в вышеперечисленных номерах журнала, ООО «Прорадости» руководствовалось положениями ст. 27 Закона РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О

средствах массовой информации», которая не содержит обязанности указывать специализацию издания на сообщениях и материалах рекламного характера. Положения статьи 16 ФЗ «О рекламе» не были учтены ввиду недостаточного знания норм действующего законодательства.

Вместе с тем, ООО «Прорадости» отмечает, что на обложке выпуска № 1 (29) от 20.01.2021г. присутствует надпись «рекламно-информационное издание». В тоже время, над обложкой выпуска № 2 (30) от 28.04.2021г. работал новый дизайнер, который не перенес необходимую надпись на обложку. С 2020 года в связи с распространением новой коронавирусной инфекции в штате ООО «Прорадости» осталось 2 сотрудника (директор и главный редактор), которые не имеют юридического образования, ввиду чего было допущено нарушение статьи 16 ФЗ «О рекламе». Ответственным должностным лицом, отвечающим за выпуск журнала «Прорадости», является главный редактор издания – С. Е.Е. В подтверждение этому, ООО «Прорадости» в материалы дела были представлены приказ (распоряжение) о приеме работника на работу № 2-к от 28.09.2015 г., трудовой договор с главным редактором издания от 28.09.2015г., должностная инструкция главного редактора ООО «Прорадости», Устав редакции «Прорадости» от 19.10.2015 г.

Также ООО «Прорадости» сообщает, что рекламодателем английского детского сада «SUN SCHOOL» является ИП Г. И.И. Кроме того, в Приложении № 1 к договору № 014-Р/21 на оказание рекламных услуг от 13.02.2021 г. рекламодателем было указано на отсутствие лицензии.

Как следует из ст. 32, ч. 2 ст. 91 Федерального закона от 29.12.2012 -№ 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», если ИП осуществляет образовательную деятельность непосредственно, то есть самостоятельно и без привлечения педагогических работников, он вправе оказывать образовательные услуги без лицензии.

Относительно размещения рекламы российских вин «Alcohol» в выпуске № 2 (30) от 28.04.2021 г. на странице 42 журнала выпуска № 2 (30) от 28.04.2021г. ООО «Прорадости» отмечает, что ч. 3 ст. 21 ФЗ «О рекламе» соблюдена, поскольку реклама сопровождается предупреждением о вреде чрезмерного потребления алкоголя, причем такому предупреждению отведено десять процентов рекламной площади (пространства). При этом, на странице 43 данного выпуска размещена реклама магазина «Alcohol», сопровождаемая значком о зарегистрированном товарном знаке и не содержит рекламы алкогольной продукции.

Вместе с тем, ООО «Прорадости» признает нарушение ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе» при размещении рекламы лечебно-диагностического центра «STK» на странице 22-23 журнала выпуска № 2 (30) апрель-май 2021.

26.10.2021г. в присутствии представителя ООО «Прорадости» - директора К. Е.В., главного редактора С.Е.Е. (приказ № 2-к от 28.09.2015г.), в отсутствие надлежаще уведомленного лица - Управления Роскомнадзора по

Самарской области Комиссия огласила резолютивную часть решения.

Постановлением Губернатора Самарской области от 21.10.2021 № 256 «О режиме нерабочих дней на территории Самарской области в период с 25 октября по 7 ноября 2021 года», Указом Президента РФ от 20.10.2021 № 595 «Об установлении на территории Российской Федерации нерабочих дней в октябре - ноябре 2021 г.» объявлены нерабочие дни в период с 25 октября по 07 ноября 2021г.

С учетом изложенного, начало течения срока изготовления решения по данному делу устанавливается 08.11.2021г.

Комиссия Самарского УФАС России, заслушав объяснения ООО «Прорадости», рассмотрев материалы и документы, представленные лицами, участвующими в деле, а также нормы действующего законодательства приходит к следующим выводам.

1. Согласно пункту 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе», реклама – это информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В соответствии со статьей 3 ФЗ «О рекламе» 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.

Согласно статьи 3 ФЗ «О рекламе» 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.

Как указано в постановлении Конституционного Суда Российской Федерации от 04.03.1997 № 4-П реклама рассматривается законодателем как средство продвижения товаров, работ и услуг на общий рынок Российской Федерации.

Согласно Международному кодексу рекламной практики под потребителем рекламы понимается любое лицо, которому адресована реклама или

которого она может достичь, вне зависимости от того, является ли он конечным потребителем, торгующим субъектом или пользователем.

Экономической целью размещения рекламы для лица, осуществляющего производство, реализацию товара (работ, услуг), является продвижение и продажа товара (работ, услуг) оптовому покупателю и конечному потребителю.

Согласно статье 16 ФЗ «О рекламе», размещение текста рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должно сопровождаться пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы». Объем рекламы в таких изданиях должен составлять не более чем сорок процентов объема одного номера периодических печатных изданий. Требование о соблюдении указанного объема не распространяется на периодические печатные издания, которые зарегистрированы в качестве специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера и на обложке, и в выходных данных которых содержится информация о такой специализации.

В соответствии со статьей 2 Закона Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации», под средством массовой информации понимается периодическое печатное издание, сетевое издание, телеканал, радиоканал, телепрограмма, радиопрограмма, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации под постоянным наименованием (названием); под периодическим печатным изданием понимается газета, журнал, альманах, бюллетень, иное издание, имеющее постоянное наименование (название), текущий номер и выходящее в свет не реже одного раза в год.

На основании свидетельства о регистрации средства массовой информации от 19.10.2015 ПИ № ТУ 63-00823 журнал «Прорадости» зарегистрирован как «рекламное СМИ»; реклама более 40%, территория распространения - Самарская область.

В выходных данных выпуска журнала № 1 (29) от 20.01.2021г., в выходных данных и на обложке журнала выпуска № 2 (30) от 28.04.2021г. отсутствует информация о такой специализации.

Таким образом, реклама ООО «Прорадости», размещенная в журнале «Прорадости» нарушает требования статьи 16 ФЗ «О рекламе».

2. На страницах 22-23 выпуска № 2 (30) апрель-май 2021 журнала объектом рекламирования является «Лечебно-диагностический центр STK», осуществляющий деятельность по различным медицинским направлениям.

В рассматриваемой рекламе содержится указание на врачей различных медицинских специальностей (отоларинголог, хирургия кисти, флеболог,

колопроктолог, уролог, ревматолог, терапевт, гастроэнтеролог, кардиолог, невролог, пульмонолог), что фактически подразумевает прием (осмотр, консультацию) граждан данными врачами-специалистами, то есть оказание ими медицинской услуги.

Согласно части 7 статьи 24 ФЗ «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.

Вместе с тем, в соответствии с Постановлением Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» понятие и перечень медицинских услуг определены Номенклатурой медицинских услуг, утвержденной приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 27.12.2011 № 1664н.

Пункт 10 статьи 2 Федерального закона «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» раскрывает содержание понятия «медицинская деятельность».

Из взаимосвязанного толкования указанных норм следует, что понятие «медицинская деятельность» шире, чем понятие «медицинская услуга».

В связи с этим, необходимо учитывать, что правила, установленные частью 7 статьи 24 Закона о рекламе, не распространяются на рекламу медицинской деятельности, не связанной с оказанием медицинских услуг и лекарственными средствами.

В соответствии с Федеральным законом от 21.11.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» медицинская деятельность - 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.

При этом под медицинской помощью понимается комплекс мероприятий, направленных на поддержание и (или) восстановление здоровья и включающих в себя предоставление медицинских услуг.

Медицинская услуга представляет собой медицинское вмешательство или комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение. Выполнение медицинских

вмешательств осуществляется только медицинскими работниками.

Из содержания спорной рекламы следует, что в ней содержится прямое указание на осуществление аппаратной диагностики, терапевтического и хирургического лечения, сдачи анализов, что в силу названных норм является видом медицинской деятельности, оказанием медицинских услуг.

Таким образом, реклама «Лечебно-диагностического центра «СТК», размещенная на страницах 22-23 журнала выпуска № 2 (30) апрель-май 2021, содержит указание на медицинские услуги, следовательно, в силу ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе» должна сопровождаться обязательным предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию.

Так, в рекламном материале отсутствует предупреждение, предусмотренное частью 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе».

При данных обстоятельствах, действия ООО «Прорадости» содержат нарушение части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе» указанного закона несет рекламодатель.

ООО «МКГЦ оториноларингологии и эстетической медицины» является рекламодателем рекламы оказания медицинских услуг, что подтверждается материалами дела № 063/05/16-829/2021 (спонсорский договор от 13.04.2021г. № 002-Р/21, акт о приемке выполненных работ (оказанных услуг) от 30.04.2021г. № 007-Р/21).

Учитывая изложенное, в действиях ООО «МКГЦ оториноларингологии и эстетической медицины» содержится нарушение части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе».

3. На страницах 42-43 выпуска № 2 (30) апрель-май 2021 журнала размещен рекламный материал под названием «Российские вина в ALCONALL – тренд или объективная реальность», где рассказывается о представителях российского виноделия.

В соответствии с Письмом ФАС России от 20.02.2015 № АК/7749/15 «О рекламе алкогольной продукции», а также ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства). Данное требование применяется к любым способам распространения рекламы любой алкогольной продукции.

При этом, указанное предупреждение должно быть выполнено таким образом, чтобы потребители могли воспринять данное предупреждение (в противном случае реклама признается распространенной без соответствующего предупреждения).

На данном рекламном материале содержится предупредительная надпись о вреде чрезмерного употребления алкогольной продукции. Однако, форма представления данной надписи не позволяет обычным потребителям (лицам, не обладающими специальными знаниями) воспринять информацию о вреде чрезмерного употребления алкогольной продукции, поскольку нанесена на внутренней стороне страницы ближе к середине журнала.

Следовательно, то обстоятельство, что данной предупредительной надписи в рекламе «Alcohol» отведено десять процентов рекламной площади (пространства), в рассматриваемом случае не свидетельствует о фактическом ее наличии.

Таким образом, рассматриваемая реклама содержит нарушения ч. 3 ст. 21 ФЗ «О рекламе».

4. На страницах 48-49 выпуска № 2 (30) апрель-май 2021 журнала размещена реклама следующего содержания: «SUN SCHOOL сеть детских садов». Также на рекламном материале содержится наименование - английский детский сад «SUN SCHOOL», с указанием адреса, номера телефона, страницей в социальной сети Instagram, сайтом.

Как следует из имеющихся материалов дела, а также содержания рекламного материала, «SUN SCHOOL» - это сеть детских садов, специализирующихся на преподавании английского языка, при этом, лицензия на осуществление образовательной деятельности у рекламодателя рассматриваемой рекламы отсутствует.

В соответствии с частью 7 статьи 7 Федерального 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.

При этом, согласно статье 13 ФЗ «О рекламе» рекламодатель по требованию рекламодателя обязан предоставлять документально подтвержденные сведения о соответствии рекламы требованиям настоящего Федерального закона, в том числе сведения о наличии лицензии, об обязательной сертификации, о государственной регистрации.

Таким образом, реклама деятельности, подлежащей лицензированию, при отсутствии у организации или индивидуального предпринимателя лицензии на осуществление такой деятельности, Федеральным законом «О рекламе» не допускается.

Согласно подпункта 1 статьи 2 Федерального закона от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (далее – Закон об образовании) образование - это единый целенаправленный процесс воспитания и обучения, являющийся общественно значимым благом и осуществляемый в интересах человека, семьи, общества и государства, а также совокупность приобретаемых знаний, умений, навыков, ценностных установок, опыта деятельности и компетенции определенных объема и сложности в целях интеллектуального, духовно-нравственного, творческого, физического и (или) профессионального развития человека, удовлетворения его образовательных потребностей и интересов.

В свою очередь, согласно подпункта 3 статьи 2 Закона об образовании, обучение - это целенаправленный процесс организации деятельности обучающихся по овладению знаниями, умениями, навыками и компетенцией, приобретению опыта деятельности, развитию способностей, приобретению опыта применения знаний в повседневной жизни и формированию у обучающихся мотивации получения образования в течение всей жизни.

Кроме того, согласно подпункта 9 статьи 2 Закона об образовании, образовательная программа - это комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты), организационно-педагогических условий и в случаях, предусмотренных Федеральным законом об образовании, форм аттестации, который представлен в виде учебного плана, календарного учебного графика, рабочих программ учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), иных компонентов, а также оценочных и методических материалов.

Согласно ч. 1 ст. 91 Закона об образовании, образовательная деятельность подлежит лицензированию в соответствии с законодательством Российской Федерации о лицензировании отдельных видов деятельности с учетом особенностей, установленных настоящей статьей. Лицензирование образовательной деятельности осуществляется по видам образования, по уровням образования, по профессиям, специальностям, направлениям подготовки, научным специальностям (для профессионального образования), по подвидам дополнительного образования.

В соответствии с п. 40 ч. 1 ст. 12 Федерального закона от 04.05.2011 № 99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности», образовательная деятельность подлежит обязательному лицензированию.

Лицензирование образовательной деятельности осуществляется по видам образования, по уровням образования, по профессиям, специальностям, направлениям подготовки, научным специальностям (для профессионального образования), по подвидам дополнительного образования.

В соответствии с ч. 2 ст. 91 Закона об образовании не лицензируется: образовательная деятельность индивидуальных предпринимателей, осуществляемая ими без привлечения педагогических работников.

П. 20 ст. 2, ч. 1 ст. 21 Закона об образовании установлено, что к организациям, ведущим образовательную деятельность, приравниваются предприниматели, ведущие образовательную деятельность.

С учетом положений пунктов 1 и 5 статьи 32 Федерального закона индивидуальный предприниматель осуществляет образовательную деятельность непосредственно или с привлечением педагогических работников. При осуществлении индивидуальным предпринимателем образовательной деятельности с привлечением педагогических работников индивидуальному предпринимателю необходима лицензия на осуществление образовательной деятельности. В случае осуществления индивидуальным предпринимателем образовательной деятельности непосредственно получение лицензии в силу пункта 2 статьи 91 Федерального закона не требуется.

При этом, индивидуальному предпринимателю, осуществляющему на основании соответствующей образовательной программы деятельность по обучению английскому языку, необходимо получить лицензию на осуществление образовательной деятельности.

В соответствии с ч. 6 ст. 10 Закона об образовании, дополнительное образование включает в себя такие подвиды, как дополнительное образование детей и взрослых и дополнительное профессиональное образование.

Ч. 4 ст. 12 Закона об образовании установлено, что к дополнительным образовательным программам относятся:

- дополнительные общеобразовательные программы - дополнительные общеразвивающие программы, дополнительные предпрофессиональные программы;
- дополнительные профессиональные программы - программы повышения квалификации, программы профессиональной переподготовки.

При этом освоение дополнительных профессиональных образовательных программ завершается итоговой аттестацией обучающихся в форме, определяемой организацией, осуществляющей образовательную деятельность, самостоятельно.

С учетом приведенных норм осуществляемая на основании соответствующей образовательной программы с проведением в установленных случаях итоговой аттестации деятельность индивидуального предпринимателя по обучению английскому языку с привлечением педагогических работников является дополнительным образованием и требует наличия лицензии на образовательную деятельность.

Вместе с тем, статус преподавателя английского языка выдается только в

рамках высшего учебного заведения.

В материалах дела отсутствуют документы, подтверждающие, что ИП Гулькина И.И. обладает навыками в области дошкольного образования, а также в области преподавания английского языка.

Таким образом, ФЗ «О рекламе» не допускается распространение рекламы услуг, для оказания которых требуется наличие специального разрешения, при отсутствии такого разрешения у лица.

При указанных обстоятельствах, в действиях ООО «Прорадости» содержится нарушение части 7 статьи 7 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение части 7 статьи 7 ФЗ «О рекламе» указанного закона несет рекламодаделец.

ИП Г.И.И. является рекламоделом рекламы оказания услуг образовательной деятельности, что подтверждается материалами дела № 063/05/16-829/2021 (договор на оказание рекламных услуг от 13.02.2021 № 014-Р/21 (с приложениями), акт о приемке выполненных работ (оказанных услуг) от 28.02.2021г. № 004-Р/21, изменение к свидетельству на товарный знак (знак обслуживания) № 602220 от 06.06.2019г.).

Учитывая изложенное, в действиях ИП Г.И.И. содержатся нарушения части 7 статьи 7 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение части 7 статьи 7, статьи 16, части 3 статьи 21 части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе» указанного закона несет рекламораспространитель.

ООО «Прорадости» является распространителем рассматриваемой рекламы, что подтверждается материалами дела, в том числе:

1. Докладной запиской Управления Роскомнадзора по Самарской области от 15.07.2021г. № 1121-дн «О результатах проведения систематического наблюдения в отношении печатного средства массовой информации журнала «ПРОРАДОСТИ» (реестровая запись 19.10.2015 серия ПИ № ТУ 63-00823);
2. Документами и сведениями, представленными ООО «Прорадости»;
3. Выпиской из реестра зарегистрированных средств массовой информации по состоянию на 16.07.2021г.;
4. Уставом редакции «ПРОРАДОСТИ»;
5. Платежным поручением от 12.10.2015г. № 1;
6. Служебной запиской Самарского УФАС России от 27.08.2021г.;
7. Копиями страниц выпусков журнала «ПРОРАДОСТИ» № 1 (29) от 20.01.2021г, № 2 (30) от 28.04.2021г.;
8. Выпусками журнала «ПРОРАДОСТИ» № 1 (29) от 20.01.2021г, № 2 (30) от

28.04.2021г.;

9. Определением о возбуждении дела № 063/05/16-829/2021 от 27.08.2021 г.;

Одной из целей ФЗ «О рекламе» является реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы (статья 1 ФЗ «О рекламе»). Закон направлен на предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Регулирование отношений, возникающих в сфере распространения рекламы, имеет своей целью обеспечение эффективного баланса интересов потребителей рекламы и заказчиков рекламы, рекламопроизводителей и рекламораспространителей.

Пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» установлено, что реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

На основании вышеизложенного и руководствуясь частью 1 статьи 36 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-50 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать в действиях **ООО «Прорадости»** нарушение требований рекламного законодательства, установленных ч. 7 ст. 7, ст. 16, ч. 3 ст. 21, ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе» выпусков № 1 (29) от 20.01.2021г, № 2 (30) от 28.04.2021г.

2. Выдать **ООО «Прорадости»** предписание о прекращении нарушения требований законодательства РФ о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Самарского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении **ООО «Прорадости»**.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Самарского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 5 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении **ООО «Прорадости»**.

5. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу

Самарского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 5 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении **ООО «МКГЦ оториноларингологии и эстетической медицины»**.

6. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Самарского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении **ИП Г. И.И.**

Резолютивная часть решения оглашена 26 октября 2021 г.

Решение изготовлено в полном объеме 16 ноября 2021 г.

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

Председатель Комиссии
Ш.

М.А.

Члены Комиссии

Е.В. К.

Г.Р. Г