

Я, временно исполняющий обязанности заместителя руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан, <...> (должностное лицо), рассмотрев материалы дела в отношении ООО «Слуховые аппараты и техника» (420140, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Юлиуса Фучика, дом 141; ОГРН 1061686012398 ИНН 1660087426) по факту распространения рекламы медицинских в газете «Metro Казань» от 04 марта 2019 года №8 (363) услуг с текстом: «слуховые аппараты и техника, предоставляемые услуги: диагностика нарушения слуха; консультация сурдолога-отоларинголога; подбор, настройка слуховых аппаратов, изготовление индивидуальных вкладышей и внутриушных слуховых аппаратов и т.д.», которая сопровождается предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, но менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства), что имеет признаки нарушения Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе»,

УСТАНОВИЛ:

В ходе проведения мониторинга Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Управление) был установлен факт распространения рекламы медицинских в газете «Metro Казань» от 04 марта 2019 года №8 (363) услуг с текстом: «стоматология для всей семьи спешите до 31 марта, лечение во сне, лечение зубов во время беременности, детская стоматология, исправление прикуса, в том числе другие виды стоматологических услуг и т.д.», которая сопровождается предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, но менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства), что имеет признаки нарушения Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

Согласно пункту 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 8 октября 2012 г. N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

Согласно части 7 статьи 24 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).

Согласно измерениям Управления, в которых расчеты производились путем нахождения объема необходимого предупреждения об имеющихся противопоказаниях (6,1 см x 0,6 см = 3,66 см) и общего объема вышеуказанной рекламы (13 см x 6,1 см = 79,3

см), процент объема предупреждения от общего объема составил  $3,66 \text{ см} \times 100\% \div 79,3 \text{ см} = 4,6\%$ .

В пункте 1 статьи 3 Федерального закона от 13 марта 2006 года №38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон «О рекламе») дано понятие рекламы - это 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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона «О рекламе» объектом рекламирования является товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Учитывая правовой смысл и содержание приведенных понятий рекламы и объекта рекламирования, информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах, а также об изготовителе (продавце) такого товара, то есть объекту рекламирования в целом.

Информация, размещенная в вышеуказанной рекламной листовке содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; распространена посредством размещения на радиостанции; преследует строго заданные цели информирования: продвижение на рынке, призвана формировать и поддерживать интерес к услугам и товарам, предоставляемым, производимым соответствующим рекламодателем.

Понятие и перечень медицинских услуг определены Номенклатурой медицинских услуг, утвержденной Приказом Минздрава России от 13.10.2017 N 804н "Об утверждении номенклатуры медицинских услуг"

A23.25.001	Подбор слухового аппарата
A23.25.004	Настройка слухового аппарата
A23.25.006	Замена речевого процессора
A23.25.007	Услуги по обслуживанию речевого процессора
A23.25.007.001	Ремонт речевого процессора
A23.25.008	Услуги по обслуживанию слухового аппарата
A23.25.008.001	Ремонт слухового аппарата

При этом указание в рекламе способов воздействия на организм человека, полностью совпадающих с наименованием медицинских услуг, содержащихся в Номенклатуре, позволяет квалифицировать такую рекламу в качестве рекламы медицинских услуг, при отсутствии в такой рекламе иной информации, позволяющей выделить иные объекты рекламирования, в том числе при отсутствии в рекламе раскрытия содержания того или иного метода профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации.

Данная рекламная листовка является рекламой медицинских услуг, а значит должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, также должна соблюдать обязательные

требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

В соответствии с частью 6, 7 статьи 38 Закона «О рекламе» следует, что за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 24 Закона «О рекламе» несет ответственность рекламодаделец, рекламодатель, распространитель.

Рекламодателем является ООО «Слуховые аппараты и техника» (420140, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Юлиуса Фучика, дом 141; ОГРН 1061686012398 ИНН 1660087426).

Рекламодателем является ООО «Успех-пресс» (420073, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Гвардейская, дом 31/42, оф. 4; ИНН 1660124237).

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе определено, что реклама – 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.

Вышеуказанная рекламная информация содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; преследует строго заданные цели информирования: продвижение на рынке, призвана формировать и поддерживать интерес к товарам, реализуемым соответствующими рекламодателями.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона «О рекламе», реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В соответствии с частью 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с пунктами 1 и 2 ФЗ «О рекламе», реклама – это 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.

Ввиду изложенного и на основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», а также в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

**ОПРЕДЕЛИЛ:**

Возбудить производство по делу №016/05/24-158/2019 по признакам нарушения части 7 статьи 24 Закона «О рекламе».

Назначить дело №016/05/24-158/2019 к рассмотрению на 27 марта 2019 года в 14 ч. 00 мин. по адресу: г. Казань, ул. Московская, д.55, 2-й этаж, зал заседаний.

Признать лицами, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе ООО «Слуховые аппараты и техника» (420140, Республика

Татарстан, г. Казань, ул. Юлиуса Фучика, дом 141; ОГРН 1061686012398 ИНН 1660087426) и ООО «Успех-пресс» (420073, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Гвардейская, дом 31/42, оф. 4; ИНН 1660124237).

4. ООО «Слуховые аппараты и техника» (420140, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Юлиуса Фучика, дом 141; ОГРН 1061686012398 ИНН 1660087426) в срок до 22 марта 2019 года (включительно) представить в Управление (с дублированием на электронный почтовый адрес: <...> (включительно) надлежащим образом следующие заверенные копии документов и сведений:

учредительные документы ООО «Слуховые аппараты и техника»;

информация о видах деятельности осуществляемых ООО «Слуховые аппараты и техника» в 2017, в 2018, в 2019 г., с указанием объемов осуществляемых услуг, реализованных товаров, выполненных работ, в стоимостном (руб.) и натуральном выражении (шт. объем и т.п.), информацию о местах осуществления каждого вида деятельности (адреса осуществления деятельности) с приложением подтверждающих документов;

копии договоров и иные подтверждающие документы (акты выполненных работ и иные) на изготовление и распространение вышеуказанной рекламной листовки;

информация об изготовителе вышеуказанной рекламной листовки;

сведения о лице, утвердившем данный рекламный макет, письменные пояснения данного лица;

иные документы и сведения, имеющие значение для дела, при наличии возражений – нормативное и документальное их обоснование.

В случае, если какие-либо пункты не реализованы (отсутствуют), указать мотивированную причину отсутствия данных документов или сведений.

При подготовке ответа на данный запрос, просим формировать ответ по пунктно, согласно списку запрашиваемой информации, а также в сопроводительном письме необходимо указать ссылку на исходящий номер <...> указанный в левом верхнем углу первой страницы запроса.

ООО «Успех-пресс» (420073, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Гвардейская, дом 31/42, оф. 4; ИНН 1660124237) в срок до 22 марта 2019 года (включительно) представить в Управление (с дублированием на электронный почтовый адрес: <...> (включительно) надлежащим образом следующие заверенные копии документов и сведений:

- копии договоров и иные подтверждающие документы (акты выполненных работ и иные) на изготовление и распространение вышеуказанной рекламной листовки;

- информация об изготовителе вышеуказанного рекламного макета;

- сведения о лице, утвердившем данный рекламный макет, письменные пояснения данного лица;

- иные документы и сведения, имеющие значение для дела, при наличии возражений – нормативное и документальное их обоснование.

В случае, если какие-либо пункты не реализованы (отсутствуют), указать мотивированную причину отсутствия данных документов или сведений.

При подготовке ответа на данный запрос, просим формировать ответ по пунктно, согласно списку запрашиваемой информации, а также в сопроводительном письме необходимо указать ссылку на исходящий номер <...> указанный в левом верхнем углу первой страницы запроса.

Непредставление в установленный срок сведений по требованию антимонопольного органа, либо представление заведомо недостоверных сведений (информации) влечёт наложение административного штрафа, предусмотренную частью 5 статьи 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, на граждан в размере от одной тысячи пятисот до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц – от десяти тысяч до пятнадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от пятидесяти тысяч до пятисот тысяч рублей.

6. Явка представителя ООО «Слуховые аппараты и техника» и ООО «Успех –пресс» в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, обязательна.

<...>

(Должностное лицо)