Исх. №АР-08/7727 от 28.05.2019

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан по рассмотрению дел о нарушении законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии: <…> – (должностное лицо)
Члены Комиссии: <…> – (должностное лицо)

<…> – (должностное лицо)

рассмотрев дело №016/05/24-45/2019 в отношении АО «Татмедиа» (420097, РТ, г. Казань, ул. Академическая, дом 2; ОГРН 1071690057834, ИНН/КПП 1655144950/165501001, дата регистрации юридического лица: 01.10.2007 г.), ООО «Новая Медицина» (422616, РБ, г. Октябрьский, ул. Кувыкина, 46/1; ОГРН 1020201933003, ИНН/КПП 0265021905/ 026501001, дата регистрации юридического лица: 26.11.2002 г.) по факту рекламы медицинских услуг с предупреждением в менее чем 5% рекламной площади (рекламного пространства) в газете «Слава труду» выпуск №3(10331) от 18. 01.2019 г., с текстом: «Новая медицина лечебно-диагностический центр Более 16 лет заботится о вашем здоровье!…», которая имеет признаки нарушения Федерального закона от 13 марта 2006 г. №38-ФЗ «О рекламе»,

УСТАНОВИЛА:

В ходе проведения мониторинга Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Управление) был установлен факт распространения в газете «Слава труду» выпуск №3(10331) от 18. 01.2019 г. рекламного объявления «Новая медицина лечебно-диагностический центр Более 16 лет заботится о вашем здоровье!», которая имеет признаки нарушения Федерального закона от 13 марта 2006г. № 38-ФЗ «О рекламе».

Согласно части 1 статьи 3 Закона «О рекламе», под рекламой понимается 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.

Информация со сведениями: «Новая медицина лечебно-диагностический центр Более 16 лет заботится о вашем здоровье!…» в силу статьи 3 Закона «О рекламе» является рекламой, поскольку направлена на привлечение внимания и формирование интереса со стороны потребителей к медицинским услугам.

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 (118 мм × 2 мм = 236 мм) и общего объема вышеуказанной рекламы (131 мм × 77 мм = 10087 мм), процент объема предупреждения от общего объема составил 236 мм × 100% ÷ 10087 мм = 2,34%.

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.

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 рекламодатель, рекламораспространитель.

Статьей 3 Закона «О рекламе» установлено, что рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Из указанного определения следует, что рекламодателем может быть как лицо, заинтересованное в реализации объекта рекламирования (изготовитель товара, продавец товара, лицо, оказывающее услуги), так и иное лицо, если указанное лицо совершило действия по выбору объекта рекламирования (под которым понимается товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама) и содержания рекламной информации. При этом отнесение того или иного лица к рекламодателю осуществляется исходя из объекта рекламирования, к которому формируется интерес в рекламе, условий договора о распространении рекламы, а также иных обстоятельств распространения рекламы (письмо ФАС России от 31.05.2016 N АК/36350/16 «О разъяснении отдельных положений Федерального закона «О рекламе»).

Перечень медицинских услуг определен Номенклатурой медицинских услуг, утвержденной приказом Министерства здравоохранения Российской Федерации от 13.10.2017 №804н (далее - Номенклатура).

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.

В соответствии с Номенклатурой, удаление доброкачественных новообразований кожи является медицинской услугой под кодом А16.01.017, таким образом, удаление доброкачественных новообразований кожи является медицинской услугой, представляющей собой определенные виды медицинских вмешательств, направленные на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющие самостоятельное законченное значение.

С учетом изложенного, рекламное объявление с текстом следующего содержания: «Новая медицина лечебно-диагностический центр Более 16 лет заботится о вашем здоровье!…» нарушает часть 7 статьи 24 Закона «О рекламе».

Рекламораспространителем является АО «Татмедиа» (420097, РТ, г. Казань, ул. Академическая, дом 2; ОГРН 1071690057834, ИНН/КПП 1655144950/165501001, дата регистрации юридического лица: 01.10.2007 г.).

Рекламодателем, в соответствии с предоставленными АО «Татмедиа» материалами является ООО «Новая Медицина» (422616, РБ, г. Октябрьский, ул. Кувыкина, 46/1; ОГРН 1020201933003, ИНН/КПП 0265021905/ 026501001, дата регистрации юридического лица: 26.11.2002 г.).

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

Признать рекламу, распространенную АО «Татмедиа» в газете «Слава труду» выпуск №3(10331) от 18. 01.2019 г., с текстом: «Новая медицина лечебно-диагностический центр Более 16 лет заботится о вашем здоровье!…» ненадлежащей, несоответствующей ч.7 ст.24 Закона «О рекламе», в части размещения рекламы медицинских услуг с предупреждением, которое занимает менее 5% рекламной площади (пространства).

Выдать предписание АО «Татмедиа», ООО «Новая Медицина» об устранении нарушения части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ «О рекламе», в связи с непредставлением доказательств устранения нарушения.

Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Татарстанского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении.

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

Председатель Комиссии:	<…> – (должностное лицо)
Члены Комиссии:	<…> – (должностное лицо)
	<…> – (должностное лицо)