



**Управление Федеральной антимонопольной службы**

**по Республике Коми**

**Определение**

**О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА № Р 20-05/16 ПО ПРИЗНАКАМ НАРУШЕНИЯ  
ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ**

19 мая 2015 года

№ 03-01/4477

Сыктывкар

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее - Коми УФАС России) по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, <...> – <...>, рассмотрев материалы по заявлению <...> о распространении в газете <...> от 05.02.2016 № 6 (635) на странице (полосе) I статьи следующего содержания: «Мы не заговариваем зубы – мы их лечим» с признаками нарушения требований ч. 7 ст. 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе),

**УСТАНОВИЛА:**

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике (далее – Коми УФАС России) поступило обращение <...> (вход. № В-49 от 21.03.2016).

Из обращения следует, что в газете <...> от 05.02.2016 № 6 (635) на странице (полосе) I размещена статья следующего содержания: «Мы не заговариваем зубы – мы их лечим».

Заявитель считает, что в рассматриваемом случае, реклама размещена с признаками нарушения Закона о рекламе, поскольку в ней отсутствует предупреждение о наличии противопоказаний и необходимости консультации специалиста.

В результате рассмотрения материалов по указанному заявлению установлено следующее.

В соответствии со ст. 3 Закон о рекламе, 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 информация содержит все правовые признаки рекламы:

- распространена посредством размещения её на странице (полосе) I газеты <...> от 05.02.2016 № 6 (635);

- адресована неопределенному кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – деятельности <...>, формирование и поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Таким образом, указанная информация, размещенная на странице (полосе) I газеты <...> от 05.02.2016 № 6 (635), является рекламой.

В соответствии с ч. 7 ст. 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).** 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.

Согласно ч. 4 ст. 2 Закона о рекламе, специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

Из содержания рассматриваемой рекламы усматривается, что она не является явно не относящейся к рекламе медицинских услуг, следовательно, на неё распространяются требования ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

В ст. 2 Федерального закона № 323 от 21.11.2011 «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» перечислены основные понятия, используемые в настоящем Федеральном законе, в том числе такие, как:

- **медицинская услуга** - медицинское вмешательство или комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение;

- **лечение** - комплекс медицинских вмешательств, выполняемых по назначению медицинского работника, целью которых является устранение или облегчение проявлений заболевания или заболеваний либо состояний пациента, восстановление или улучшение его здоровья, трудоспособности и качества жизни.

Перечень медицинских услуг утвержден приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 27.12.2011 № 1664н «Об утверждении номенклатуры медицинских услуг» (далее – Номенклатура медицинских услуг).

Номенклатура медицинских услуг представляет собой перечень медицинских услуг. Перечень медицинских услуг разделен на два класса: "А" и "В". Класс "А" включает медицинские услуги, представляющие собой определенные виды медицинских вмешательств, направленные на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющие самостоятельное законченное значение. Класс "В" включает медицинские услуги, представляющие собой комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение.

В указанную Номенклатуру медицинских услуг включены следующие услуги:

- Протезирование зуба с использованием имплантата (код А16.07.006);
- Восстановление зуба пломбировочными материалами с использованием анкерных штифтов (код А16.07.031);
- Восстановление зуба коронкой с использованием композитной культевой вкладки на анкерном штифте (код А16.07.032);
- Восстановление зуба вкладками, виниром, полукоронкой (код А16.07.003);
- Прием (осмотр, консультация) врача-стоматолога детского первичный (код В01.064.003);
- Прием (осмотр, консультация) врача-стоматолога детского повторный (код В01.064.004);

Из вышеизложенного следует, что перечисленные виды услуг, являются медицинскими услугами, следовательно, реклама таких услуг должна распространяться с учётом требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

Согласно пункту 3 Постановления Правительства РФ от 27.12.2012 № 1416 «Об утверждении Правил государственной регистрации медицинских изделий»

Государственная регистрация медицинских изделий осуществляется Федеральной службой по надзору в сфере здравоохранения.

Согласно сведениям, размещенным на официальном сайте Федеральной службы по надзору в сфере здравоохранения ([www.roszdravnadzor.ru](http://www.roszdravnadzor.ru)), в государственном реестре медицинских изделий и организаций, осуществляющих производство и изготовление медицинских изделий, зарегистрировано медицинское изделие - Аппарат ультразвуковой "Vector" для лечения пародонтита в комплекте с принадлежностями и наборами дополнительных насадок (далее – «Вектор»), уникальный номер реестровой записи об1779 Регистрационный номер медицинского изделия МЗ РФ № 2001/925 дата Государственной регистрации медицинского изделия 17.08.2001.

Из вышеизложенного следует, что в рассматриваемой рекламе рекламируется медицинское изделие «Вектор», а также ряд медицинских услуг, следовательно, реклама такого изделия должна распространяться с учётом требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

Федеральная антимонопольная служба письмом от 05.05.2016 № АК/30076/16 (вход. № 2499 от 17.05.2016), в ответ на письмо Коми УФАС России от 05.04.2016 № 03-09/2889, сообщила, что статья «Мы не заговариваем зубы – мы их лечим», размещенная в газете <...> № 6(635) от 05.02.2016, направлена на привлечение внимания к деятельности <...>. В том числе использование в данной статье выражений «В нашем городе современные стоматологические услуги предоставляются <...>, «Итак мы выяснили, <...> использует передовые методы лечения, а высококвалифицированные специалисты помогают решать самые разные стоматологические проблемы. Про них можно смело сказать, что они «не заговаривают зубы – они их лечат» направлено исключительно на формирование интереса и привлечение внимания потребителей к деятельности <...>, что в совокупности с акцентированием внимания потребителей на платных услугах, оказываемых данной организацией, позволяет квалифицировать указанную статью в качестве рекламы. С учетом изложенного, статья «Мы не заговариваем зубы – мы их лечим», размещенная в газете <...> № 6 (635) от 05.02.2016, является рекламой деятельности <...>, и указанная информация должна соответствовать требованиям установленным Федеральным законом «О рекламе».

Рассматриваемая реклама не содержит ни одного из предусмотренных ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе видов предупреждения.

**Таким образом, в рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения требований, установленных ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.**

Из материалов рекламного дела усматривается, что газета <...> не является специализированным печатным изданием, предназначенным для медицинских и фармацевтических работников.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за распространение рекламы, не соответствующей требованиям ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе, несёт **рекламодатель и рекламораспространитель.**

Частью 8 ст. 38 Закона о рекламе предусмотрено, что рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе, если

будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе, **рекламодаватель** - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В силу п. 7 ст. 3 Закона о рекламе, **рекламораспространитель** - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно п. 6 ст. 3 Закона о рекламе, **рекламопроизводитель** – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Рассматриваемая реклама размещена в газете <...>, учредителем которой, согласно свидетельству о регистрации СМИ серии ПИ № 3-6934 от 01.12.2003, является Общество с ограниченной ответственностью <...> (далее – ООО <...>).

Из имеющихся материалов усматривается, что **рекламодателем** рассматриваемой рекламы является <...>, **рекламораспространителем** – ООО <...>.

На основании изложенного, руководствуясь п. 2 ч. 1 ст. 33, ч. 1, 2 ст. 36 Закона о рекламе, п. 20, 24 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, п. 3.25 Приказа ФАС России от 23.11.2012 № 711/12 «Об утверждении Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе»,

#### ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Возбудить производство по делу № Р 20-05/16 по признакам нарушения ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

2.1. заявителя – <...>;

2.2. лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе; - Общество с ограниченной ответственностью <...>, адрес места нахождения: <...>.

2.3. лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе; - <...>, адрес места нахождения: <...>.

3. Назначить дело № Р 20-05/16 к рассмотрению **на 15 июня 2016 года на 15 часов 30 минут** по адресу: Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Интернациональная, д. 160, корпус А.

4. **ООО <...> в срок не позднее 10 июня 2016 года** представить следующие надлежащим образом заверенные копии документов и письменную информацию:

4.1. Копию устава ООО <...> со всеми изменениями, дополнениями и приложениями на дату настоящего определения.

4.2. О рекламодателе, рекламодателе и рекламопроизводителе рассматриваемой рекламы (с указанием по каждому такому лицу: полного наименования, адреса места нахождения, Ф.И.О. руководителя, номеров тел./факса – для юридических лиц; Ф.И.О., адреса места регистрации - для физических лиц).

4.3. Копии всех документов со всеми изменениями, дополнениями и приложениями (в том числе, приказов, распоряжений, заявок, договоров, счетов, счетов-фактур, платежных поручений, актов выполненных работ), опосредующих производство, размещение и распространение рассматриваемой рекламы.

4.4. Письменные пояснения каждого последовательно совершенного действия, направленного на производство, размещение и распространение рассматриваемой рекламы.

4.5. Поясняющие, кто определил содержание рассматриваемой рекламы, ее наполнение, кем, когда и каким образом одобрена (утверждена, согласована) реклама, в случае, если реклама не утверждалась и не согласовывалась, представьте соответствующую поясняющую письменную информацию с указанием причин непринятия мер по согласованию.

4.6. О периоде распространения рассматриваемой рекламы, с указанием дат начала и окончания распространения; если распространение продолжается на дату представления ответа – с указанием соответствующей поясняющей информации и даты начала распространения.

4.7. О территории (укажите субъекты Российской Федерации) распространения рассматриваемой рекламы.

4.8. О причинах размещения рассматриваемой рекламы без учета требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

4.9. О должностном лице ООО <...>, по вине которого произошло нарушение рекламного законодательства (с приложением копий приказа о назначении на должность, должностной инструкции, служебного контракта (договора, соглашения) со всеми дополнениями, изменениями на дату представления документов и указанием сведений о фактическом месте жительства должностного лица).

4.10. Письменные объяснения должностного лица, указанного в пункте 4.9 настоящего определения, поясняющие обстоятельства размещения рассматриваемой рекламы в нарушение ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе, в том числе входил ли в должностные обязанности указанного должностного лица контроль за

соответствием размещаемых рекламных материалов требованиям рекламного законодательства в период распространения рассматриваемой рекламы, со ссылкой на должностную инструкцию.

5. <...> **в срок не позднее 10 июня 2016 года** представить следующие надлежащим образом заверенные копии документов и письменную информацию:

5.1. Копию устава <...> со всеми изменениями, дополнениями и приложениями на дату настоящего определения.

5.2. О рекламодателе, рекламораспространителе и рекламопроизводителе рассматриваемой рекламы (с указанием по каждому такому лицу: полного наименования, адреса места нахождения, Ф.И.О. руководителя, номеров тел./факса – для юридических лиц; Ф.И.О., адреса места регистрации - для физических лиц).

5.3. Копии всех документов со всеми изменениями, дополнениями и приложениями (в том числе, приказов, распоряжений, заявок, договоров, счетов, счетов-фактур, платежных поручений, актов выполненных работ), опосредующих производство, размещение и распространение рассматриваемой рекламы.

5.4. Письменные пояснения каждого последовательно совершенного действия, направленного на производство, размещение и распространение рассматриваемой рекламы.

5.5. Поясняющие, кто определил содержание рассматриваемой рекламы, ее наполнение, кем, когда и каким образом одобрена (утверждена, согласована) реклама, в случае, если реклама не утверждалась и не согласовывалась, представьте соответствующую поясняющую письменную информацию с указанием причин непринятия мер по согласованию.

5.6. О периоде распространения рассматриваемой рекламы, с указанием дат начала и окончания распространения; если распространение продолжается на дату представления ответа – с указанием соответствующей поясняющей информации и даты начала распространения.

5.7. О территории (укажите субъекты Российской Федерации) распространения рассматриваемой рекламы.

5.8. О причинах размещения рассматриваемой рекламы без учета требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

5.9. О должностном лице <...>, по вине которого произошло нарушение рекламного законодательства (с приложением копий приказа о назначении на должность, должностной инструкции, служебного контракта (договора, соглашения) со всеми дополнениями, изменениями на дату представления документов и указанием сведений о фактическом месте жительства должностного лица).

5.10. Письменные объяснения должностного лица, указанного в пункте 4.9 настоящего определения, поясняющие обстоятельства размещения рассматриваемой рекламы в нарушение ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе, в том числе входил ли в должностные обязанности указанного должностного лица контроль за соответствием размещаемых рекламных материалов требованиям рекламного

законодательства в период распространения рассматриваемой рекламы, со ссылкой на должностную инструкцию.

6. **ООО <...>** обеспечить явку руководителя (с паспортом и документами, удостоверяющими служебное положение) и (или) представителя (с надлежащим образом оформленной доверенностью) для участия в рассмотрении дела.

7. **<...>** обеспечить явку руководителя (с паспортом и документами, удостоверяющими служебное положение) и (или) представителя (с надлежащим образом оформленной доверенностью) для участия в рассмотрении дела.

8. **<...>** явиться лично (с паспортом) и (или) обеспечить явку представителя (с надлежащим образом оформленной доверенностью) для участия в рассмотрении дела

9. **О возможности рассмотрения дела в отсутствие лиц, участвующих в деле, сообщить не позднее 14 июня 2016 года**, предварительно по факсу (8212) 20-17-14 или на электронный адрес: [tol1@fas.gov.ru](mailto:tol1@fas.gov.ru) и направить такое обращение по почте.

**Примечание:**

При ответе на настоящее определение необходимо соблюдение нумерации пунктов, по приложениям необходимо указать, к какому пункту определения они прилагаются, с указанием номера пункта.

В случае отсутствия документов и письменной информации по отдельным пунктам настоящего определения, укажите на их отсутствие с пояснением причин отсутствия и указанием источника, где запрашиваемое может быть получено.

Представленное на определение должно быть подписано уполномоченным лицом, прилагаемые копии надлежащим образом заверены, подтверждена их достоверность и полнота. Кроме того, документы объемом более 1 печатного листа должны быть представлены в прошитом виде и пронумерованы.

**В соответствии с ч. 6 ст. 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях непредставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных законодательством о рекламе, а равно представление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо представление недостоверных сведений (информации) - влечет наложение административного штрафа.**



