ООО «Императив Медиа»

Дмитрия Ульянова ул., д. 31,

пом. XL VI, ком. 13, эт. 2

г. Москва, 117447

<…>

AB EGLES SANATORIJA

AB EGLES SANATORIJA ADMINISTRACIJA
ROLANDUI MASIULIUI EGLES G. 1,

DRUSKININKAI LT-66251

LITVA (LITHUANIA)

РЕШЕНИЕ

по делу № 077/05/5-1881/2020

«17» июня 2020 года г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия Московского УФАС России) в составе:

председателя Комиссии – <…>,

членов Комиссии – <…>, <…>,

рассмотрев дело № 077/05/5-1881/2020 по признакам нарушения AB EGLES SANATORIJA (место нахождения: AB EGLES SANATORIJA

ADMINISTRACIJA ROLANDUI MASIULIUI EGLES G. 1, DRUSKININKAI LT-66251 LITVA (LITHUANIA)), ООО «Императив Медиа» (место нахождения: Дмитрия Ульянова ул., д. 31, пом. XL VI, ком. 13, эт. 2 г. Москва, 117447; ОГРН 5067746074325; ИНН 7728591344) пункта 6 части 5, части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении рекламы, в которой отсутствует часть существенной информации, чем потребители вводятся в заблуждение, а также которая указывает на лечебные свойства, то есть положительное влияние на течение болезни, объекта рекламирования,

в отсутствии представителей ООО «Императив Медиа», AB EGLES SANATORIJA (надлежащим образом уведомлены),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 077/05/5-1881/2020 возбуждено Московским УФАС России по результатам рассмотрения заявления физического лица и материалов по факту распространения на страницах 50-51 выпуска журнала «Вестник Победы» за ноябрь 2019 года рекламы санатория «Egles sanatoria».

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, выслушав доводы представителей сторон по делу, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

ООО «Императив Медиа» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц за основным государственным регистрационным номером 5067746074325; ИНН 7728591344.

AB EGLES SANATORIJA является иностранным юридическим лицом (адрес: ADMINISTRACIJA ROLANDUI MASIULIUI EGLES G. 1,DRUSKININKAI LT-66251 LITVA (LITHUANIA; Company Code: 152038626).

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, рекламой является информация, распространяемая 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, объектом

рекламирования является товар, средство 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 пунктом 3 статьи 3 Закона о рекламе, товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Установлено, что рассматриваемая реклама распространялась в выпуске журнала «Вестник Победы» за ноябрь 2019 года, что не отрицается и подтверждается ООО «Императив Медиа».

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о неком лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Журнал «Вестник Победы» (Herald of POBEDA) зарегистрирован в качестве печатного средства массовой информации (свидетельство ПИ № ФС77-60156 от 17.12.2014), территорией распространения которого является Российская Федерация и зарубежные страны.

Таким образом, установлено, что журнал «Вестник Победы» (Herald of POBEDA) является общедоступным для неопределенного круга лиц потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по кругу лиц-потребителей рекламы, Комиссией Московского УФАС России не установлено.

Рассматриваемая информация состоит из текстовой части, описывающей санаторий «Egles sanatoria», его инфраструктуру, сотрудников, оказываемые услуги и прочие характеристики объекта рекламирования;

«Все внимание — на здоровье детей.

В холодное время года, когда погода становится прохладнее, а дни — короче и пасмурные, нам неизбежно приходится думать о том, как противостоять постоянным спутникам осенне-зимнего сезона — насморку, боли в горле, отяжелевшей голове или гриппу. Но настоящая головная боль возникает у родителей — как сделать так, чтобы их малыши

на занятиях в школе, по дороге на учебу или домой сохраняли устойчивость к вспышкам сезонных болезней.

Особое внимание — иммунитету детей...

... По словам старшего кинезитерапевта Лины Жукаускене, 29 лет работающей в санатории «Egles sanatoria», в детском и подростковом возрасте, при формировании осанки и скелета, мышечной системы, физическая активность особенно важна. Поэтому родители должны обратить внимание и искать способы, как поощрять и мотивировать детей заниматься зарядкой. А специалисты могут помочь при выборе правильных упражнений, которые способствовали бы укреплению здоровья. Кинезитерапевт утверждает, что, например, корректирующая гимнастика очень положительно влияет на здоровье детей...

Оздоровительные процедуры для детей

Для укрепления организма детей существуют эффективные лечебные и оздоровительные процедуры. Занятия в кинезитерапевтическом зале, лечебные ванны с минеральной водой, классический массаж, релаксационные процедуры...

...«Поэтому все упомянутые процедуры, включая имеющие особое значение релаксационные процедуры, входят в лечебные программы, предназначенные для детей в санатории «Egles sanatoria» в Друскининкае и Бирштонасе...

... Гости санатория, приехавшие с детьми 5-15 лет, получают в подарок консультацию врача и сразу две лечебные процедуры ежедневно: кинезитерапия для детей в группе «Зарядка для силачей», а также аппаратная физиотерапия или релаксационная процедура...».

Вышеуказанный текст сопровождается фотографиями санатория. Также в рекламе присутствует выделенное жирным шрифтом указание на сайт санатория в сети Интернет medicalspa.lt.

Таким образом, рассматриваемая статья объективно носит рекламных характер, исходя из ее содержания, привлекает внимание к объекту рекламирования, а именно санаторию «Egles sanatoria». Кроме того, спорный материал содержит исключительно положительную характеристику и описание рекламируемого объекта. Рекламный характер рассматриваемого материала ООО «Императив Медиа» не оспаривается.

В соответствии с частью 7 статьи 5 Закона о рекламе не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

В соответствии с пунктом 6 части 5 статьи 5 Закона о рекламе в рекламе не допускаются указание на лечебные свойства, то есть положительное влияние на течение болезни, объекта рекламирования, за исключением такого указания в рекламе лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий.

Используемые в рассматриваемой рекламе утверждения, слова и словосочетания производят впечатление, что в рекламируемом санатории оказываются медицинские услуги. В частности в рекламе используются слова «врач», «кинезитерапия», «лечение», «оздоровление», «оздоровительные процедуры», «лечебные ванны» и т.п., что напрямую воспринимается потребителями рекламы как информация о медицинских услугах. О чем в частности свидетельствует мнение заявителя, посчитавшего данную рекламу именно рекламой медицинских услуг.

Согласно «Толковому словарю русского языка» Д.Н. Ушакова, врач - лицо с высшим медицинским образованием, занимающееся лечением больных.

В соответствии с пунктом 3.13 «СП 158.13330.2014. Свод правил. Здания и помещения медицинских организаций. Правила проектирования», утвержденного Приказом Минстроя России от 18.02.2014 № 58/пр кинезитерапия: Лечение движением, специальными нагрузками и массажем.

В соответствии с пунктом 8 статьи 2 Федерального закона от 21.11.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» лечением признается 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.

Вместе с тем, в соответствии с представленными ООО «Императив Медиа» документами и сведениями, объектом рекламирования является именно санаторий, не оказывающий медицинских услуг.

В свою очередь используемые в рекламе утверждения, словосочетания не только вводят потребителей в заблуждение относительно характера рекламируемых услуг, но и создают впечатление о наличии лечебных свойств, то есть положительном влиянии таких услуг на течение болезни.

В силу 23 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» следует учитывать, что реклама может быть признана создающей впечатление, что товар является лекарственным средством, то есть обладает лечебным эффектом, если в такой рекламе содержится название заболевания (или его симптоматика) и одновременное упоминание продукта как средства, оказывающего лечебно-профилактический эффект.

В рассматриваемой рекламе содержится указание на заболевание и сиптоматику заболеваний: «...*насморку, боли в горле, отяжелевшей голове или гриппу...».*

В соответствии с пунктом 1.1 «Клинические рекомендации «Грипп у детей», утвержденных Минздравом России грипп (от фр. Gripe - охватить, схватить; от лат. Influenze - вторгаться) - острое респираторное вирусное заболевание, характеризующееся лихорадкой и симптомами общей интоксикации, доминирующими над умеренным катаральным синдромом в верхних отделах респираторного тракта.

В соответствии с «МУ 3.4.2552-09. 3.4. Санитарная охрана территории. Организация и проведение первичных противоэпидемических мероприятий в случаях выявления больного (трупа), подозрительного на заболевания инфекционными болезнями, вызывающими чрезвычайные ситуации в области санитарно-эпидемиологического благополучия населения. Методические указания», утвержденными Главным государственным санитарным врачом Российской Федерации 17.09.2009 грипп - антропонозная острая вирусная инфекционная болезнь с аспирационным механизмом передачи возбудителя. Характеризуется острым началом, лихорадкой, общей интоксикацией и поражением дыхательных путей.

При этом услуги рекламируемого санатория предлагаются в качестве профилактики и лечения гриппа и его симптомов. Оказываемые в санатории услуги приводятся в качестве примера положительного влияния на организм человека, в частности детский организм.

Таким образом, рассматриваемая реклама при ее комплексном восприятии способна не только ввести потребителей в заблуждение относительно характера оказываемых санаторием услуг, но и создать

впечатление о том, что такие услуги имеют лечебные свойства, то есть могут положительно влиять на течение болезни, в то время как объект рекламирования не является медицинской услугой, что прямо подтверждается пояснениями ООО «Императив Медиа».

Исходя из вышеизложенного, при распространении указанной рекламы усматриваются признаки нарушения пункта 6 части 5, части 7 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы, в которой отсутствует часть существенной информации, чем потребители вводятся в заблуждение, а также которая указывает на лечебные свойства, то есть положительное влияние на течение болезни, объекта рекламирования.

Согласно частями 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных 7 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодатель, за нарушение требований, установленных пунктом 6 части 5 статьи 5 — как рекламодатель, так и рекламораспространитель.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламораспространителем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Исходя из материалов дела № 077/05/5-1665/2020, указанная реклама распространялась ООО «Императив Медиа» на основании договора с AB EGLES SANATORIJA.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что лицом определившими содержание рассматриваемой рекламы, а равно ее рекламодателем, является AB EGLES SANATORIJA, рекламораспространителем - ООО «Императив Медиа», что лицами, участвующими в деле не оспаривается

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В соответствии с пунктом 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при добровольном устранении лицом (лицами) совершенного нарушения антимонопольный орган вправе не выдавать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. В этом случае основания нецелесообразности выдачи предписания излагаются в мотивировочной части решения по делу.

Из материалов дела следует, что распространение рассматриваемой рекламы носило единичный характер и завершилось 30 ноября 2019 года в связи с истечения срока распространения выпуска журнала «Вестник Победы» за ноябрь 2019 года, в котором она была размещена.

На основании изложенного Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу об отсутствии необходимости выдачи предписаний о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения Закона о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать EGLES SANATORIJA нарушившим часть 7 статьи 5 Закона о рекламе при распространении на страницах 50-51 выпуска журнала «Вестник Победы» за ноябрь 2019 года рекламы санатория «Egles sanatoria», в которой отсутствовала часть существенной информации об объекте рекламирования, чем потребители вводились в заблуждение относительно характера оказываемых санаторием услуг.

2. Признать EGLES SANATORIJA, ООО «Императив Медиа» нарушившими пункт 6 части 5 статьи 5 Закона о рекламе при распространении на страницах 50-51 выпуска журнала «Вестник Победы» за ноябрь 2019 года рекламы санатория «Egles sanatoria», которая содержала указание на лечебные свойства, то есть положительное влияние на течение болезни, объекта рекламирования.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, статьей 37 Закона о рекламе.

Председатель Комиссии

<…>

Члены Комиссии

<…>

<…>