

ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА
УПРАВЛЕНИЕ ПО УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Советская ул.д.8, г. Ульяновск 432970 ГСП, тел. 41-32-03

www.ulyanovsk.fas.gov.ru, to73@fas.gov.ru

РЕШЕНИЕ

по делу № 8518/05-2012

26.04.2012
Ульяновск

г.

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

<...>

рассмотрев дело № 8518/05-2012 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения визитки с рекламой Центра микрохирургии глаза, содержащей признаки нарушения части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в присутствии представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

- от общества с ограниченной ответственностью «Офтальмологический центр» (далее - ООО «Офтальмологический центр»), расположенного по адресу: 432027, г. Ульяновск, ул. Радищева, д. 109/18А, - <К...> (протокол № 3 от 24.01.2011, паспорт),

УСТАНОВИЛА:

Ульяновским УФАС России определением от 09.04.2012 возбуждено дело № 8518/05-2012 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. К участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, привлечено ООО «Офтальмологический центр». Рассмотрение дела назначено на 26.04.2012.

В письменных пояснениях ООО «Офтальмологический центр» (исх. № 15 от

20.04.2012, вх. № 3490 от 23.04.2012) и на рассмотрении дела 26.04.2012 представителем общества пояснено, что при разработке оригинал-макета рекламы и передаче его в печать надпись о необходимости консультации со специалистом, предусмотренная законодательством Российской Федерации о рекламе, в рекламе присутствовала. Распространение визитки с рекламой Центра микрохирургии глаза осуществляется непосредственно в самом Центре его сотрудниками, поэтому договоры на распространение указанной рекламы сторонними организациями не могут быть представлены Комиссии в виду их отсутствия. Общество предполагает, что визитку с нарушением Федерального закона «О рекламе» изготовили и распространили конкуренты Центра микрохирургии глаза.

На рассмотрении дела генеральный директор ООО «Офтальмологический центр» представил экземпляр визитки, имеющий абсолютное сходство с визиткой, имеющейся в материалах дела № 8518/05-2012, за исключением присутствия на визитке надписи «Имеются противопоказания, проконсультируйтесь со специалистом».

Исследовав материалы дела № 8518/05-2012, заслушав пояснения представителя лица, участвующего в деле, Комиссия приходит к выводу о необходимости признать рекламу Центра микрохирургии глаза, распространенную в виде визиток, ненадлежащей. При этом Комиссия исходит из следующего.

В ходе осуществления текущего контроля за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе специалистами Ульяновского УФАС России обнаружена рекламная визитка Центра микрохирургии глаза, распространявшаяся на территории г. Ульяновска. Визитка имеет следующее содержание.

На одной стороне визитки на левой половине указано: «ООО «Офтальмологический центр» ЦЕНТР МИКРОХИРУРГИИ ГЛАЗА». Далее выполнено изображение телефонного аппарата чёрного цвета, рядом с которым указано: «44-10-60». Далее, под синей чертой, выполнена надпись: «г. Ульяновск, ул. Радищева, 109/18а тел./факс +7 (8422) 44-10-60, 44-10-54 www.ucmg.ru e-mail: glaza_73@mail.ru». На правой половине приведено фотографическое изображение здания Центра микрохирургии глаза, расположенного по адресу: г. Ульяновск, ул. Радищева, д. 109/18А.

На другой стороне визитки приведен текст:

- «КОНСУЛЬТАЦИЯ ОФТАЛЬМОЛОГА
- КОМПЛЕКСНАЯ ДИАГНОСТИКА
- ОПЕРАТИВНОЕ ЛЕЧЕНИЕ КАТАРАКТЫ ПО МИРОВЫМ СТАНДАРТАМ
- ЛАЗЕРНОЕ ЛЕЧЕНИЕ ГЛАУКОМЫ И ПАТОЛОГИЙ СЕТЧАТКИ ГЛАЗА
- ДНЕВНОЙ СТАЦИОНАР».

Ниже, под синей чертой, выполнена надпись «Лицензия № ЛО-73-01-000432 от 08.09.2010 года».

Иная информация в рекламе отсутствует.

В соответствии с п.п. 1, 2 ст. 3 Федерального закона «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; 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.

ООО «Офтальмологический центр» осуществляет медицинскую деятельность на основании лицензии № ЛО-73-01-000432 от 08.09.2010, выданной Министерством здравоохранения Ульяновской области. Согласно приложению № 1 к указанной лицензии ООО «Офтальмологический центр» оказывает следующие работы и услуги: 1) при осуществлении доврачебной медицинской помощи по: операционному делу, сестринскому делу; 2) при осуществлении амбулаторно-поликлинической медицинской помощи, в том числе: в) при осуществлении специализированной медицинской помощи по: офтальмологии, экспертизе временной нетрудоспособности.

В соответствии с Перечнем работ (услуг), утвержденным постановлением Правительства Российской Федерации от 16.04.2012 № 291 «О лицензировании медицинской деятельности (за исключением указанной деятельности, осуществляемой медицинскими организациями и другими организациями, входящими в частную систему здравоохранения, на территории инновационного центра «Сколково»)», медицинскую деятельность составляют, в том числе, работы (услуги) по офтальмологии, а также экспертизе временной нетрудоспособности.

Согласно Номенклатуре работ и услуг в здравоохранении, утверждённой Министерством здравоохранения и социального развития Российской Федерации 12.07.2004, к сложным и комплексным медицинским услугам отнесены, в частности, услуги следующего типа: «Приём (осмотр, консультация) врача-офтальмолога первичный» (код В 01.029.01), «Комплекс исследований для диагностики нарушения зрения» (код В 03.029.01) и др.

Учитывая изложенное, информация, распространявшаяся на визитках, доступна для обозрения неограниченному кругу лиц, привлекает внимание к Центру микрохирургии глаза и его медицинским услугам (объектам рекламирования). Рассматриваемая информация направлена на формирование и поддержание интереса к медицинским услугам Центра микрохирургии глаза и их продвижению на рынке.

Таким образом, указанная информация является рекламой, объектами рекламирования в которой являются ООО «Офтальмологический центр», осуществляющее согласно лицензии № ЛО-73-01-000432 от 08.09.2010 деятельность Центра микрохирургии глаза, а также медицинские услуги, им оказываемые.

В соответствии с ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе» реклама лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения,

медицинской техники 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 ч. 4 ст. 2 Федерального 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.

В ст. 24 Федерального закона «О рекламе» установлены специальные требования и ограничения к рекламе лекарственных средств, медицинской техники, изделий медицинского назначения и медицинских услуг, в том числе методов лечения.

Таким образом, предупреждение, предусмотренное ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе», необходимо в рекламе и в случае, когда объектом рекламирования является только лицо, оказывающее медицинские услуги, в данном случае, ООО «Офтальмологический центр».

Кроме того, в рекламе Центр микрохирургии глаза приводятся конкретные методы лечения, в том числе с использованием медицинской техники.

Однако в рекламе предупредительная надпись о наличии противопоказаний к применению и использованию медицинских услуг, необходимости получения консультации специалистов отсутствует.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Согласно ч.ч. 6, 7 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных ч. 7 ст. 24 указанного Федерального закона, несут рекламодатель и рекламораспространитель.

В соответствии с п.п. 5, 7 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламораспространителем - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Изготовление визиток с надписью «Имеются противопоказания, проконсультируйтесь со специалистом» осуществлено обществом с ограниченной

ответственностью «Арт-Бюро» (далее - ООО «Арт-Бюро») на основании договора на оказание полиграфических и дизайнерских услуг № 02/01-11 от 17.01.2011, заключенного обществом с ООО «Офтальмологический центр». Оригинал-макет рекламы с вышеуказанной предупредительной надписью согласован сторонами, что подтверждается материалами дела.

Однако, по мнению ООО «Офтальмологический центр», общество не заказывало рекламу, имеющуюся в материалах дела № 8518/05-2012, оригинал-макет данной рекламы не согласовывало. Договоры на распространение визиток с рекламой Центра микрохирургии глаза у ООО «Офтальмологический центр» отсутствуют, поскольку распространение визиток с рекламой осуществляется непосредственно в самом Центре его сотрудниками. Каким образом произведено распространение вышеуказанной совместной рекламной листовки, представитель ООО «Офтальмологический центр» пояснить не может.

Таким образом, не представляется возможным установить лицо, которое заказало изготовление ненадлежащей рекламы и произвело её распространение, и, следовательно, определить рекламодателя и рекламораспространителя указанной рекламы.

Учитывая изложенное, а также тот факт, что не установлены рекламодатель и рекламораспространитель ненадлежащей рекламы Центра микрохирургии глаза, руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 №508, Комиссия

РЕШИЛА:

1 . Признать рекламу Центра микрохирургии глаза, распространенную в виде визиток (без предупреждения), ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

2 . Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдавать.

Решение изготовлено в полном объеме 12.05.2012.

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

Председатель комиссии

<...>

Члены комиссии

<...>

<...>