

ООО «,»

## РЕШЕНИЕ

Резолютивная часть решения оглашена 15.12.2016 года.

В полном объеме решение изготовлено 16.12.2016 года.

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

Председатель Комиссии: ..... – заместитель руководителя,

..... – заместитель начальника отдела  
естественных монополий и рекламы,

Члены Комиссии:

Члены комиссии:

..... – государственный инспектор отдела  
естественных монополий и рекламы,

... – ведущий специалист-эксперт отдела  
естественных монополий и рекламы

рассмотрев дело № 89, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (положения п. 7, п. 9 ст. 7, ч. 7 ст. 24 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе», далее по тексту Закона, ФЗ «О рекламе») по факту распространения рекламы, несоответствующей требованиям законодательства о рекламе,

в присутствии представителя по доверенности ООО «...» от 14.12.2016г. ....

### **УСТАНОВИЛА:**

Специалистами Брянского УФАС России в открытой группе социальной сети интернет «В Контакте» ([vk.com/shkitana32](https://vk.com/shkitana32)) была обнаружена рекламная информация медицинского центра «.....» (далее Клиника) в которой усматриваются признаки нарушения законодательства о рекламе.

1. На сайте размещены следующие рекламные статьи о медицинской деятельности клиники: «Избавление от морщин между бровями ботулотоксин», «Контурная пластика в.....», «Удаление родинок, папиллом, бородавок», «Лечение урологических заболеваний», «УЗИ исследование», «Лечение заболеваний передающихся половым путем» и т.д., которые не сопровождаются пометкой о консультации специалиста и имеющихся противопоказаниях.

В соответствии с ч.7 ст.24 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ "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. Такой рекламе должно быть отведено не менее чем пять процентов площади пространства (рекламного пространства).

2. 03 декабря 2016г. на сайте размещена рекламная статья о медикаментозном прерывании беременности (аборт) в «.....».

В соответствии с пунктом 9 статьи 7 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ "О рекламе" (далее - Закон о рекламе, ФЗ «О рекламе») не допускается реклама медицинских услуг по искусственному прерыванию беременности.

Таким образом, данная информация не может размещаться как рекламная.

3. 07 октября 2016г. на сайте размещена рекламная статья «ЭКО в «.....», в которой информируют пациентов о возможности проведения экстракорпорального оплодотворения в медицинском центре «.....» по адресу: г.Брянск, ул. ...

В соответствии с лицензией ЛО-32-01-001.. выданной Департаментом здравоохранения Брянской области от 09.11.2015г. ООО «» не имеет разрешения на данный вид медицинской деятельности.

Согласно части 1 статьи 5 Закона «О рекламе» реклама должна быть достоверной. Недостоверная реклама не допускается. Данная реклама имеет признаки нарушения, так как не соответствующей требованиям пункта 2 части 3 статьи 5 Федерального закона "О рекламе" №38-ФЗ от 13.06.2012г.

В силу [п. 7 ст. 7](#) Закона о рекламе не допускается, в частности, реклама товаров, на производство и (или) реализацию которых требуется получение лицензий или иных специальных разрешений, в случае отсутствия таких разрешений.

Таким образом, в данной рекламе имеется информация, которая не может быть размещена без разрешения на данный вид медицинской деятельности.

В соответствии со ст. 3 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ (далее Закона о рекламе, 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; объект рекламирования - товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие.

Под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, 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; под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Исходя из способа и формы размещения, рассматриваемая информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, способствует формированию интереса к нему и его продвижению на рынке, то есть соответствует всем признакам рекламы, установленным [пунктом 2 статьи 3](#) Федерального закона N 38-ФЗ. Таким образом, рассматриваемая информация является рекламой.

Ненадлежащей признается реклама, в которой допущены нарушения требований к ее содержанию, времени, месту и способу распространения, установленных законодательством Российской Федерации в силу ст. 2 ФЗ № 38-ФЗ от 13 марта 2006 года «О рекламе».

В соответствии с ч. 6 ст.38 Федерального закона «О рекламе» №38-ФЗ от 13.03.2006г. ответственность за нарушение требований пункта 7, пункта 9 статьи 7,

части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе», несет рекламодатель, т.е. лицо определившее содержание указанной рекламы, направлена на привлечение внимания к медицинскому центру «.....», и в соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ "О рекламе" являющееся рекламодателем. Так установлено, что деятельность аптеки в соответствии с лицензией на оказание медицинской деятельности осуществляет ООО «...» (адрес регистрации: г.Брянск, ул. ....), следовательно является рекламодателем данной информации.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Брянской области, рассмотрев материалы дела № 79, пришла к следующим выводам.

1. Рассматриваемая информация является рекламной.
2. Указанная информация не соответствует требованиям законодательства о рекламе (пункта 7, пункта 9 статьи 7, части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» 38-ФЗ от 13.06.2006г).
3. Лицом, определившим объект рекламирования является ООО «.....» (адрес регистрации: г.Брянск, ул. ....).

Руководствуясь п. 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального 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

#### **РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащей рекламу ООО «...» (адрес регистрации: г.Брянск, ул. ....), не соответствующую требованиям пункта 7, пункта 9 статьи 7, части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе».
2. Выдать ООО «...» (адрес регистрации: г.Брянск, ул. ....), предписание об устранении нарушений законодательства о рекламе.
3. Передать материалы дела должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренное ч. 5 ст. 14.3. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме «16» декабря 2016г.

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

Председатель Комиссии: .....

Члены Комиссии: .....

.....

.....

ООО «...»

**ПРЕДПИСАНИЕ  
О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ**

«15» декабря 2016 г.

г. Брянск

Комиссия Брянского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председателя Комиссии:

.... – заместитель руководителя,

членов Комиссии:

.... – заместитель начальника отдела естественных монополий и рекламы,

..... – государственный инспектор отдела естественных монополий и рекламы,

..... – ведущий специалист-эксперт отдела естественных монополий и рекламы

на основании своего решения от «15» декабря 2016 г. по делу № 89 в отношении ООО «.....» о признании ненадлежащей рекламы, размещенной в открытой группе социальной сети «В Контакте» услуг оказываемых медицинским центром «» в городе Брянске,

в присутствии представителя по доверенности ООО «» от 14.12.2016г.

в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1,3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

### **ПРЕДПИСЫВАЕТ:**

1. ООО «.....» прекратить размещение рекламы, с нарушением требований пункта 7, пункта 9 статьи 7, части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе», в срок исполнения предписания до 30 декабря 2016г.
2. ООО «.....» представить в Брянское УФАС России доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 30 декабря 2016 года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Брянское УФАС России вправе в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

(в ред. Федерального закона от 22.06.2007 № 116-ФЗ).

Предписание изготовлено в полном объеме «15» декабря 2016 г.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьёй 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации в течение трех месяцев.

Председатель Комиссии: .....

Члены Комиссии: .....