

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 3-01/28-2015

29 июня 2015 года

г. Пенза, ул. Урицкого, 127

Резолютивная часть решения объявлена 26 июня 2015 года.

Комиссия Пензенского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии:

<...>.

Члены Комиссии:

<...>,

рассмотрев дело № 3-01/28-2015, возбужденное в отношении гр-ки К<...> (паспорт <...> № <...>, выдан <...>., г. Пенза, ул. <...>, <...>), по признакам нарушения части 7 статьи 5, части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе»),

- в отсутствие лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе гр-ки К<...>., в материалах дела имеется ходатайство о рассмотрении дела в ее отсутствие.

УСТАНОВИЛА:

В рамках осуществления государственного контроля за соблюдением законодательства о рекламе, отделом контроля органов власти и рекламы установлено следующее.

В рекламно-информационном еженедельнике «Счастливый случай» № 11 от 25 марта 2015 г. на странице 7 в разделе «Медицинские услуги» размещена реклама медицинского центра «Персональное здоровье» с признаками нарушения законодательства о рекламе.

Пензенским УФАС России определением от 28.05.2015 по факту распространения в рекламно-информационном еженедельнике «Счастливый случай» рекламы медицинского центра «Персональное здоровье» возбуждено дело № 3-01/28-2015 по признакам нарушения части 7 статьи 5, части 7 статьи 24 «О рекламе» в отношении ООО «Персональное здоровье» (ИНН 5837056618). Определением от 16.06.2015 ненадлежащий ответчик ООО «Персональное здоровье» заменен на надлежащего ответчика гр-ку К<...>. Рассмотрение дела назначено на 26.06.2015. К участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечена гр-ка К<...>.

Из письменных пояснений ООО «Персональное здоровье» (вх. от 15.06.2015 № 2364) следует, что договор на размещение рекламы в газете «Счастливый случай» № 11 от 25 марта 2015 г. на странице 7 в разделе «Медицинские услуги» ООО «Персональное здоровье» не заключало. Рекламодателем, рассматриваемой рекламы медицинских услуг, является К<...>.

В материалах дела имеются письменные пояснения К<...>, в которых факт нарушения законодательства о рекламе не отрицается.

Изучив представленные документы, Комиссия пришла к следующему выводу.

В рекламно-информационном еженедельнике «Счастливый случай» № 11 от 25 марта 2015 г. на странице 7 в разделе «Медицинские услуги» размещена информация следующего содержания: «Выезд медицинской сестры на дом: выполнение в/м, в/в инъекций; постановка капельниц; забор крови на анализы. Мед. центр «Персональное здоровье». Лиц. № ЛО-58-01-001321 от 24.12.13 т.32-08-02».

В соответствии со статьёй 3 ФЗ «О рекламе», рекламой является информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. При этом под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Иными словами, информация, признаваемая рекламой, должна удовлетворять следующим условиям, а именно:

- предназначаться для неопределенного круга лиц;
- привлекать, формировать и поддерживать интерес к объекту рекламирования;
- способствовать продвижению объекта рекламирования (товара) на рынке.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правонарушения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования.

Согласно статье 3 ФЗ «О рекламе» в целях настоящего Федерального закона используются следующие основные понятия: товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация, размещенная в рекламно-информационном еженедельнике «Счастливый случай», содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве: предназначена для неопределенного круга лиц; преследует строго заданные цели информирования и продвижению услуг, оказываемых медицинским центром «Персональное здоровье», побуждает воспользоваться данными услугами медицинского центра «Персональное здоровье».

Объектом рекламирования в рекламе является: оказание медицинских услуг медицинским центром «Персональное здоровье».

Согласно статье 2 Федерального закона от 21.11.2011 № 323 «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» медицинская услуга представляет собой медицинское вмешательство или комплекс медицинских вмешательств,

направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение; под медицинским вмешательством – выполняемые медицинским работником по отношению к пациенту, затрагивающие физическое или психическое состояние человека и имеющие профилактическую, исследовательскую, диагностическую, лечебную, реабилитационную направленность виды медицинских обследований и (или) медицинских манипуляций, а также искусственное прерывание беременности; под лечением понимается 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.

Понятие и перечень медицинских услуг определены Номенклатурой медицинских услуг, утвержденной приказом Минздравсоцразвития России от 27.12.2011 № 1664н (далее – Номенклатура медицинских услуг).

В данной Номенклатуре перечень медицинских услуг разделен на два класса: «А» и «В», построенные по иерархическому принципу.

Разделы класса «А» обозначают определенный тип медицинской услуги и включают в себя «Артериально-стимулированный венозный забор крови» (код А06.12.012.001), «Внутримышечное введение лекарственных препаратов» (код А11.02.002), «Внутривенное введение лекарственных препаратов» (код А11.12.003).

Кроме того, согласно Общероссийскому классификатору услуг населению ОК 002-93 (ОКУН), утвержденному постановлением Госстандарта Российской Федерации от 28.06.1993 № 163 оказание услуг средним медицинским персоналом и лаборантами (банки, инъекции, перевязки и т.д.), входит в группу «медицинские услуги» (код 8).

Таким образом, «выполнение в/м, в/в инъекций», «постановка капельниц», «забор крови на анализы» являются медицинскими услугами.

В соответствии с пунктом 46 части 1 статьи 12 Федерального закона от 04.05.2011 № 99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности» медицинская деятельность (за исключением указанной деятельности, осуществляемой медицинскими организациями и другими организациями, входящими в частную систему здравоохранения, на территории инновационного центра «Сколково») подлежит лицензированию.

Согласно пункту 3 Положения о лицензировании медицинской деятельности (за исключением указанной деятельности, осуществляемой медицинскими организациями и другими организациями, входящими в частную систему здравоохранения, на территории инновационного центра «Сколково»), утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 16.04.2012 №291, медицинскую деятельность составляют работы (услуги) по перечню согласно приложению, которые выполняются при оказании первичной медико-санитарной, специализированной (в том числе высокотехнологичной), скорой (в том числе скорой специализированной), паллиативной медицинской помощи, оказании медицинской помощи при санаторно-курортном лечении, при проведении медицинских экспертиз, медицинских осмотров, медицинских

освидетельствований и санитарно-противоэпидемических (профилактических) мероприятий в рамках оказания медицинской помощи, при трансплантации (пересадке) органов и (или) тканей, обращении донорской крови и (или) ее компонентов в медицинских целях. Требования к организации и выполнению указанных работ (услуг) в целях лицензирования устанавливаются Министерством здравоохранения и социального развития Российской Федерации.

Из рекламы следует, что услуги, оказываемые медицинским центром «Персональное здоровье», оказываются в соответствии с лицензией от 24.12.13 № ЛО-58-01-001321.

В ходе рассмотрения дела установлено, что лицензия от 24.12.13 № ЛО-58-01-001321 предоставлена Министерством здравоохранения и социального развития Пензенской области ООО «Персональное здоровье» (ИНН 5837056618) на медицинскую деятельность: «При оказании первичной, в том числе доврачебной, врачебной и специализированной, медико-санитарной помощи организуются и выполняются следующие работы (услуги): при оказании первичной доврачебной медико-санитарной помощи в амбулаторных условиях по: медицинскому массажу, организации сестринского дела, сестринскому делу, физиотерапии; при оказании первичной врачебной медико-санитарной помощи в амбулаторных условиях по: педиатрии, терапии; при оказании первичной специализированной медико-санитарной помощи в амбулаторных условиях по: гематологии, кардиологии, мануальной терапии, неврологии, психиатрии, психотерапии, ревматологии, физиотерапии, функциональной диагностике» по адресам места осуществления деятельности: г. Пенза, ул. Калинина, д. 61А.

Из содержания распространяемой рекламы следует, что указание в ней таких слов, как «Выезд медицинской сестры на дом: выполнение в/м, в/в инъекций; постановка капельниц; забор крови на анализы» очевидно ассоциируется у потребителя не с самим фактом осуществления медицинской деятельности, а с конкретным перечнем оказываемых медицинских услуг, и направлено на привлечение внимания к медицинским услугам, которые оказываются медицинским центром «Персональное здоровье».

Услуга, указанная в рассматриваемой рекламе, предлагается потребителю в виде выполнения в/м, в/в инъекций, постановки капельниц, забора крови на анализы, то есть комплекса медицинских вмешательств, выполняемых по назначению медицинского работника, целью которых является восстановление или улучшение здоровья пациента, его трудоспособности и качества жизни.

Из вышеизложенного следует, что реклама по выполнению в/м, в/в инъекций, постановки капельниц, забора крови на анализы является медицинской услугой, следовательно, должна соответствовать требованиям, предъявляемым рекламным законодательством.

Требования к рекламе медицинских услуг установлены статьей 24 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 24 ФЗ «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).

Иных исключений часть 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе» не содержит.

Реклама медицинского центра «Персональное здоровье» не сопровождается предупреждением о наличии противопоказаний при оказании медицинских услуг, необходимости получения консультации специалистов, что является нарушением части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с положениями части 7 статьи 5 ФЗ «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.

Поскольку распространение рекламы медицинских услуг направлено на формирование у потребителя желания воспользоваться ими, то существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные такой рекламой. Отсутствие информации с предупреждением о наличии противопоказаний при оказании медицинских услуг и необходимости предварительной консультации может привести к неблагоприятным последствиям.

Следовательно, рассматриваемая реклама содержит нарушение части 7 статьи 5, части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе».

Согласно пункту 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Ответственность за нарушение части 7 статьи 5, части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе» в соответствии со статьей 38 названного закона несет рекламодаделец (часть 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе»).

Собранные по делу доказательства и установленные обстоятельства свидетельствуют о том, что нарушение законодательства о рекламе в данном случае содержится в действиях лица, распространившего рассматриваемую рекламу, т.е. ее рекламоделателя – гр-ки К<...>.

В соответствии с пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ 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.

На момент рассмотрения дела Комиссии Пензенского УФАС России

доказательств устранения нарушения требований части 7 статьи 5, части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе» К<...> представлено не было.

В связи с чем, Комиссия Пензенского УФАС России считает целесообразным выдачу предписания о прекращении нарушения требований рекламного законодательства.

В силу части 4 статьи 38 ФЗ «О рекламе» нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 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 от 17.08.2006 № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу медицинского центра «Персональное здоровье», распространяемую гр-кой К<...> в рекламно-информационном еженедельнике «Счастливый случай» № 11 от 25 марта 2015 г. на странице 7 в разделе «Медицинские услуги», без соблюдения требований к сопровождению рекламы предупредительной надписью о наличии противопоказаний к их применению, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать К<...> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Пензенского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 5 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 29 июня 2015 года.

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