

«10» апреля 2015 г.

г. Благовещенск

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

председатель Комиссии: <...>, заместитель руководителя управления Амурского УФАС России,

члены Комиссии: <...>, главный специалист-эксперт отдела товарных рынков и рекламы Амурского УФАС России, <...>, главный специалист-эксперт указанного отдела, <...>, ведущий специалист – эксперт указанного отдела, <...>, специалист-эксперт указанного отдела,

рассмотрев дело <...> по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (требований статьи 16, пункта 8 части 1 статьи 24, части 8 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», далее – Закон «О рекламе») выраженного

в распространении рекламы в периодическом печатном издании, не специализирующемся на сообщениях и материалах рекламного характера, без пометки «реклама» или пометки «на правах рекламы»;

в гарантии положительного действия объекта рекламирования, его безопасности, эффективности и отсутствии побочных действий, а также в распространении рекламы методов диагностики в печатном издании, не предназначенном для медицинских и фармацевтических работников медицинским;

в распространении рекламы методов диагностики в печатном издании, не предназначенном для медицинских и фармацевтических работников;

в отсутствии:

заявителя – <...> (заявитель уведомлен надлежащим образом),

в присутствии представителей:

лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

**общества с ограниченной ответственностью «Диагностические Системы-Восток» «Медицинский Центр Абсолют»**, далее – ООО «ДС-Восток «Медицинский Центр Абсолют», Медицинский Центр <...>; представитель: директор по продвижению – <...>; представитель по доверенности - <...>;

**общества с ограниченной ответственностью «Издательский дом «Амурская правда»**, далее – ООО «ИД «Амурская правда» <...> представитель: <...>, представитель по доверенности <...>;

заинтересованного лица – ---, эксперта – ---, переводчика – ---.

## УСТАНОВИЛА:

27.11.2014 года на территории Амурской области в г. Благовещенске, посредством использования печатного издания (газета <...>) распространена рекламная информация с признаками нарушения рекламного законодательства.

Заявитель считает, что в выпуске газеты «Амурская правда» <...> имеется ряд нарушений Закона «О рекламе», а именно:

нарушение статьи 16 Закона «О рекламе», выразившееся в отсутствии пометки «реклама» или «на правах рекламы» в рекламном материале «О чем расскажет кровь» на странице 23;

нарушение части 8 статьи 24 Закона «О рекламе», выразившееся в распространении рекламы методов диагностики в печатном издании не предназначенном для медицинских и фармацевтических работников, а именно в распространении рекламной информации на странице 23 в «рекламном материале» «О чем расскажет кровь», где рассказывается о методах диагностики, осуществляемых ООО «ДС-Восток «Медицинский Центр Абсолют», в частности <...>.

В ходе рассмотрения заявления и приложенного материала заявителем (газета «Амурская правда» <...>), полученной по запросам информации установлены признаки нарушения статьи 16, пункта 8 части 1, части 8 статьи 24 Закона «О рекламе».

03.03.2015 Амурским УФАС России возбуждено дело <...> по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (требований пункта 8 части 1, части 8 статьи 24 Закона «О рекламе») в отношении ООО «ДС-Восток «Медицинский Центр Абсолют» (рекламодателя); (требований статьи 16, части 8 статьи 24 Закона «О рекламе») в отношении: ООО ИД «Амурская правда» (рекламораспространителя).

В ходе рассмотрения данного дела, исследовав его материалы, заслушав участвующих в деле лиц, установлены следующие обстоятельства.

27.11.2014 года в номере газеты <...> на странице 23 в виде модулей, разделенных между собой горизонтальными и вертикальными линиями, размещена статья «О чем расскажет кровь» с текстом следующего содержания:

<...>,

а также рекламные модули, размещенные между модулями указанной статьи, написанные отличным от статьи шрифтом, с текстами следующего содержания:

1. «В статье использованы международные непатентованные названия лекарственных препаратов <...>;
2. «В медицинском центре <...>;
3. «Абсолютно точно, абсолютно доступно, абсолютно профессионально»;

4. «<...>»;
5. «В МЦ <...>»;
6. «<...>».

Представители Медицинского Центра в письменных <...> сообщают, что статья «О чём расскажет кровь» <...> на странице 23 от 27.11.2014г. носит информационно - образовательный характер для широкого круга читателей, жителей города Благовещенска и всей Амурской области, данную статью написал директор по продвижению Медицинского Центра Карпенко Андрей Владимирович. Статья была одобрена юристом ООО «ИД «Амурская правда».

В статье рассказано о высокотехнологичных методах диагностики, входящих в понятие медицинская услуга, предоставляемой в Медицинским Центром, а именно об использовании современной наукой знаний о крови для постановки правильного диагноза.

Ссылка на использование в статье словосочетания «Абсолютно точно, Абсолютно доступно, Абсолютно профессионально» и указывая на синонимы к слову «Абсолютно» как гарантирующие стопроцентный успех при взятии анализа крови, по мнению медицинского центра «Абсолют» ошибочны, поскольку данные словосочетания являются лозунгом медицинского центра «Абсолют» и в тексте слово «Абсолютно» должно быть выделено оранжевым цветом, однако технические возможности типографии не позволяют сделать указанное выделение цветом слова «Абсолютно» в слогане «Абсолютно точно, Абсолютно доступно, Абсолютно профессионально». Таким образом, Медицинский Центр с вмененным нарушением пункта 8 части 1 статьи 24 Закона «О рекламе» не согласен.

Медицинский Центр, в своих пояснениях также сообщает о том, что от имени ООО «Диагностические системы - Восток «Медицинский Центр Абсолют» в газете <...> в центре полосы в пометке - Уважаемые читатели! Принесены извинения и указано, что в газете <...> в статье <...> по техническим причинам не была поставлена пометка «реклама» или «на правах рекламы».

Относительно признаков нарушения части 8 статьи 24 Закона «О рекламе» Медицинский Центр, учитывая изменения в указанную статью и разъяснения ФАС России от 27.03.2014 № 206/14 о порядке применения статьи 24 Закона «О рекламе», считает, что размещение рекламы медицинских услуг допускается любым способом и в любой форме с соблюдением норм статьи 24 Закона «О рекламе», а также общих требований, предъявляемых к рекламе Законом «О рекламе».

ООО «ИД «Амурская правда» в своих пояснениях <...> указывает, что указанная спорная ситуация, относительно вмененного им нарушения части 8 статьи 24 Закона «О рекламе», сложилась в виду наличия правовой коллизии и противоречия в действующем законодательстве, а именно части 3, части 7 Закона «О рекламе».

ООО «ИД «Амурская правда» полагает, что поскольку требования пунктов 2 - 5 части 1 статьи 24 Закона «О рекламе» распространяются также на рекламу диагностики (реклама лекарственных средств не должна: 2) содержать ссылки на конкретные случаи излечения от заболеваний, улучшения состояния здоровья человека в результате применения объекта рекламирования; 3) содержать

выражение благодарности физическими лицами в связи с использованием объекта рекламирования; 4) создавать представление о преимуществах объекта рекламирования путем ссылки на факт проведения исследований, обязательных для государственной регистрации объекта рекламирования; 5) содержать утверждения или предположения о наличии у потребителей рекламы тех или иных заболеваний либо расстройств здоровья), то при отсутствии нарушений указанных пунктов, реклама диагностики разрешена, вопреки запретам части 8 указанной статьи.

Относительно части 7 Закона «О рекламе», ООО «ИД «Амурская правда» указывает на то, что требования установленные частью 8 статьи 24 Закона «О рекламе» запрещают размещение рекламы диагностики в печатных изданиях не предназначенных для медицинских и фармацевтических работников, в то время как требования установленные частью 7 Закона «О рекламе», рекламу диагностики «разрешают на определенных условиях» - реклама диагностики должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

Также, ООО «ИД «Амурская правда» отмечает, что согласно Номенклатуре медицинских услуг (реклама которых не запрещена), утвержденной приказом Министерства здравоохранения и социального развития РФ от 27 декабря 2011 г.

№ 1664н в перечень медицинских услуг входит в том числе: профилактика, диагностика, лечение. Согласно п. 3 Номенклатуры перечень медицинских услуг разделен на два класса: "А" и "В", построенные по иерархическому принципу. Подразделы идентичны во всех разделах. Если для подраздела в определенном разделе не выделяется конкретная услуга, то этот подраздел не прописывается, при этом за ним сохраняется его порядковый номер <...> Подраздел «Прочие» включает в себя медицинские услуги, которые не могут быть классифицированы в соответствующем анатомо-функциональном подразделе (например, выполняемые во время беременности, в родах, новорожденному, лапароскопия диагностическая, обзорный снимок органов брюшной полости, услуги медицинского психолога и другое). Таким образом, исходя из Номенклатуры медицинских услуг профилактика, диагностика, лечение относятся к медицинским услугам, что не позволяет сделать однозначный вывод о том, что нарушены ли положения действующего законодательства в данной части.

Относительно отсутствия пометки «реклама» либо «на правах рекламы» ООО «ИД «Амурская правда» поясняет, что отсутствие указанной пометки произошло по вине менеджера по распространению - Саватеевой О.В., осуществлявшей взаимодействие с рекламодателем в отношении статьи Медицинского Центра. Юридическое лицо - ООО «ИД «Амурская правда» приняло полные и достаточные меры по недопущению нарушения действующего законодательства «О рекламе». О положениях действующего законодательства и изменениях к нему рекламная служба информируется своевременно. Пунктами <...>. Со своей стороны работодатель обеспечил сотрудников отдела рекламы всей необходимой информацией в области законодательства о рекламе, назначил исполняющих и ответственных в данной сфере сотрудников.

ООО «ИД «Амурская правда» при принятии решения просит учесть, <...> за размещение и контроль рекламного материала были введены в заблуждение

большим количеством противоречивой информации и коллизией в действующем законодательстве, просит при принятии решения Комиссией Амурского УФАС России ограничиться вынесением предписания о прекращении нарушения законодательства «О рекламе».

Из письменных пояснений министерства здравоохранения Амурской области <...>, следует, что метод полимеризации цепной реакции и метод иммуноферментного анализа являются лабораторными методами исследования. Для применения этих методов необходимо наличие лицензии на осуществление медицинской деятельности по клинической лабораторной диагностике (министерство здравоохранения Амурской области подтверждает факт наличия лицензии на осуществление медицинской деятельности по клинической лабораторной диагностике <...> у общества с ограниченной ответственностью «Диагностические системы – Восток»).

Министерство здравоохранения Амурской области поясняет - ПЦР (полимеразная цепная реакция) - это высокоточный метод лабораторной диагностики различных инфекций, который способен идентифицировать возбудителей инфекционных болезней на основе выявления их генетического материала (ДНК или РНК) в пробах, полученных от обследуемого человека. Принцип данного метода заключается в том, что в специальный реактор помещается небольшое количество биологического материала, в котором могут быть фрагменты ДНК микроба (например, кровь, слюна, выделения из половых органов и прочее), далее к этому материалу добавляют специальные ферменты, которые связываются с ДНК микроба и синтезируют ее копию. Реакция копирования ДНК идет в несколько этапов, по принципу цепной реакции: на первом этапе реакции из 1 молекулы ДНК образуются 2 новые молекулы, на втором этапе из имеющихся 2 молекул - образуются 4 новые и так далее. После нескольких циклов вместо 1 копии ДНК появляется несколько сотен или тысяч копий. Такое количество копий микробной ДНК может быть легко проанализировано и сравнено с базой данных, которая содержит информацию о строении ДНК различных микробов. Данный метод позволяет определить какой тип инфекции есть в организме, и дает количественную оценку инфекции (как много микробов есть в организме человека). Оценивать результаты ПЦР должен практикующий врач, который лечит конкретного больного. Дело в том, что далеко не всегда положительный ответ ПЦР означает наличие заболевания. Например, человек пролечился от какого-либо заболевания, но погибший и уже не опасный возбудитель будет еще некоторое время «разбираться на запчасти» защитной системой организма. Если в этот момент сделать ПЦР - результат окажется положительным. Отрицательный результат ПЦР при наличии даже явной клинической картины, как один из вариантов, состоит в том, что для исследования был взят «не тот материал». Образец должен брать квалифицированный врач, строго соблюдая инструкции.

Иммуноферментный анализ - лабораторный иммунологический метод качественного или количественного определения различных соединений, макромолекул, вирусов и прочее, в основе которого лежит специфическая реакция антиген-антитело. Выявление образовавшегося комплекса проводят с использованием фермента в качестве метки для регистрации сигнала. Применяются специализированные тест – системы. В зависимости от того, какие антигены используются, иммуноферментные тест-системы подразделяют на: Лизатные - в которых используется смесь нативных антигенов (лизированный или

обработанный ультразвуком возбудитель инфекции, полученный в культуре);  
Рекомбинантные - в которых используются полученные генно-инженерным способом белки-аналоги определённых белковых антигенов возбудителя;  
Пептидные — использующие химически синтезированные фрагменты белков.  
Результат - выявление антител в крови пациента.

Таким образом, всецело и объективно исследовав материалы дела и пояснения сторон Комиссией Амурского УФАС России установлено следующее.

В соответствии с частью 1 статьи 2 Закона «О рекламе», настоящий Федеральный закон применяется к отношениям в сфере рекламы независимо от места ее производства, если распространение рекламы осуществляется на территории Российской Федерации.

Согласно пункта 1 статьи 3 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.

В силу пункта 2 статьи 3 Закона «О рекламе», 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.

Пунктом 8 статьи 3 Закона «О рекламе», предусмотрено, что потребителями рекламы являются лица, на привлечение внимания которых к объекту рекламирования направлена реклама.

Из разъяснений Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации, изложенных в пункте 2 Постановления от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», следует, что при анализе информации на предмет наличия в ней признаков рекламы судам необходимо учитывать, что размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в названных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака).

Статья «О чем расскажет кровь» направлена на привлечение внимания к предлагаемой Медицинским Центром диагностики методами полимеризации цепной реакции, иммуноферментного анализа. В статье приведены актуальные заболевания, такие как: онкологические заболевания, гипертония, тромбоз, инсульт, инфаркт, диабет, остеопороз, гепатит, наследственные формы рака молочной железы, яичников и толстого кишечника, указано на возможность выявления указанных заболеваний с помощью названных методов, а также о возможности дальнейшего лечения некоторых из них.

В статье используются речевые обороты, направленные на обращение к читателю «на Вы», текст статьи «О чем расскажет кровь», размещен на странице 23 газеты

«Амурская правда» в модулях, разделенных между собой горизонтальными и вертикальными линиями, между которыми размещены модули с рекламной информацией.

В верхнем левом углу указанной статьи размещен логотип Медицинского Центра, кроме того, название «МЦ «Абсолют» упоминается как в тексте статьи, так и в рекламных модулях.

Таким образом, информацию в вышеперечисленных модулях, а именно:

«В статье использованы международные непатентованные названия <...>»,

следует считать рекламой, в соответствии пунктом 1 статьи 3 Закона «О рекламе», поскольку она вызывает у потребителя ассоциацию с определенными услугами, в конкретном месте, с указанием наименования и адреса местоположения, имеющая своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования.

Объектом рекламирования, в соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона «О рекламе», являются услуги Медицинского Центра, а именно услуги диагностики методами полимеризации цепной реакции, иммуноферментного анализа.

В соответствии с пунктом 8 части 1 статьи 24 Закона «О рекламе», реклама лекарственных средств не должна гарантировать положительное действие объекта рекламирования, его безопасность, эффективность и отсутствие побочных действий.

В соответствии с частью 4 статьи 24 Закона «О рекламе», требования [пунктов 1 - 8](#) части 1 статьи 24 указанного закона, распространяются также на рекламу медицинских изделий.

<...>.

В соответствии со статьей 16 Закона «О рекламе», размещение текста рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должно сопровождаться пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы». Объем рекламы в таких изданиях должен составлять не более чем сорок процентов объема одного номера периодических печатных изданий. Требование о соблюдении указанного объема не распространяется на периодические печатные издания, которые зарегистрированы в качестве специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера и на обложке и в выходных данных которых содержится информация о такой специализации.

Материалами дела <...> подтверждено, а также не отрицалось сторонами, как в письменных пояснениях <...> так и в ходе заседания Комиссии Амурского УФАС России, что статья «О чем расскажет кровь» содержит рекламную информацию.

Медицинским Центром к материалам дела приобщена газета «Амурская правда» <...>, на странице <...> которой, в центре полосы, размещена информация следующего содержания: «Уважаемые читатели! В газете «Амурская правда» <...> по техническим причинам не была поставлена пометка «реклама» или «на правах рекламы». Приносим свои извинения! ООО «Диагностические Системы Восток» - медицинского центра «Абсолют»».

Таким образом, вышеназванная реклама не соответствует требованиям статьи 16 Закона «О рекламе» и, в силу пункта 1 статьи 4 Закона «О рекламе», является ненадлежащей, поскольку в периодическом печатном издании не специализирующемся на сообщениях и материалах рекламного характера – газета «Амурская правда», отсутствует пометка «реклама» или «на правах рекламы».

Ответственность за нарушение требований, установленных статьей 16 Закона «О рекламе», в соответствии с частью 7 статьи 38 указанного Закона, несет рекламодатель.

Согласно части 8 статьи 24 Закона «О рекламе», реклама лекарственных препаратов в формах и дозировках, отпускаемых по рецептам на лекарственные препараты, методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, а также медицинских изделий, для использования которых требуется специальная подготовка, не допускается иначе как в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий и в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях.

В соответствии с пунктом 4 статьи 2 Федерального закона от 21.11.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» (далее – Закон «Об основах охраны здоровья граждан»), медицинская услуга - медицинское вмешательство или комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение.

В соответствии с пунктом 7 статьи 2 Закона «Об основах охраны здоровья граждан», диагностика - комплекс медицинских вмешательств, направленных на распознавание состояний или установление факта наличия либо отсутствия заболеваний, осуществляемых посредством сбора и анализа жалоб пациента, данных его анамнеза и осмотра, проведения лабораторных, инструментальных, патолого-анатомических и иных исследований в целях определения диагноза, выбора мероприятий по лечению пациента и (или) контроля за осуществлением этих мероприятий.

Перечень работ (услуг) составляющих медицинскую деятельность утвержден постановлением Правительства Российской Федерации от 16 апреля 2012 г. № 291 «О лицензировании медицинской деятельности (за исключением указанной деятельности, осуществляемой медицинскими организациями, входящими в частную систему здравоохранения, на территории инновационного Центра «Соколово»» (далее – Постановление «О лицензировании медицинской деятельности»).

Указанный перечень достаточно объемный, согласно перечню к медицинским услугам относятся услуги диагностики, а именно: клиническая лабораторная диагностика; лабораторная диагностика; рентгенэндоваскулярная диагностика; ультразвуковая диагностика, функциональная диагностика.

По смыслу части 8 статьи 24 Закона «О рекламе», реклама, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, не допускается иначе как в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных

подобных мероприятий и в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях.

С учетом отсутствия в указанной части статьи 24 Закона «О рекламе» слова «медицинские услуги», реклама медицинских услуг, имеющих достаточно широкий перечень, за исключением диагностики, входящий в этот перечень - не запрещается, реклама диагностики, относящаяся к медицинским услугам, в данном случае, допускается не иначе как в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий и в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях.

Из имеющихся пояснений и материалов дела <...>, Комиссией Амурского УФАС России установлено, что при применении рассматриваемых методов диагностики, согласно пояснениям министерства здравоохранения Амурской области, а также содержанию самой статьи «О чем расскажет кровь», необходимо строгое соблюдение инструкции при получении образца материала для исследования квалифицированным врачом, кроме того оценивать результаты ПЦР должен практикующий врач, который лечит конкретного больного, поскольку далеко не всегда положительный ответ ПЦР означает наличие заболевания, таким образом, для осуществления данного метода диагностики нужна специальная подготовка.

Статья «О чем расскажет кровь», которая, по мнению Медицинского Центра, носит информационно - образовательный характер для широкого круга читателей, жителей города Благовещенска и всей Амурской области, сложна для восприятия и объективной оценки человеком, не обладающим специальными знаниями в области медицины, поскольку переполнена терминами и специфическими научными речевыми оборотами. Упоминание в статье наименований таких серьезных заболеваний как онкологические, гипертония, тромбоз, инсульт, инфаркт, диабет, остеопороз, гепатит С, рак молочной железы, яичников и толстого кишечника – подталкивает читателя, здорового человека, к ложным выводам о том, что ему необходимо обследование данным методом в Медицинском Центре в целях исключения у него указанных серьезных заболеваний.

Комиссией Амурского УФАС России установлено, что рекламный материал, размещенный в статье <...>, содержит подробное описание методов диагностики: полимеразная цепная реакция, иммуноферментный анализ, следовательно, данная информация должна быть размещена в специализированных печатных изданиях, предназначенных для медицинских и фармацевтических работников.

Из смысла части 8 статьи 24 Закона «О рекламе» следует, что реклама лекарственных препаратов в формах и дозировках, отпускаемых по рецептам на лекарственные препараты, методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, а также медицинских изделий, для использования которых требуется специальная подготовка, может быть осуществлена в специальных местах. Такими местами являются: медицинские или фармацевтические выставки; семинары, конференции и иные подобные мероприятия; специализированные печатные издания, предназначенные для медицинских и фармацевтических работников.

Законодатель четко разграничил место размещения рекламы в случае рекламы названных выше объектов. Данный перечень является закрытым и

расширительному толкованию не подлежит.

Примерная тематика и специализация газеты «Амурская правда», согласно свидетельству о регистрации средств массовой информации от 27.12.2007 ПИ № ФС 27-0637 – общественно-политическая, информационно – аналитическая, социальная, печатание нормативно-правовых актов, реклама – до 40%.

Таким образом, газета «Амурская правда» к специализированным печатным изданиям, предназначенным для медицинских и фармацевтических работников – не относится.

Комиссия Амурского УФАС России, оценив в полном объеме материалы дела <...>, всесторонне и объективно оценив письменные и устные пояснения Медицинского Центра <...>, ООО «ИД «Амурская правда» <...>, письменные пояснения министерства здравоохранения Амурской области <...> в соответствии с Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 г. № 508 «Об утверждении правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе» (далее – Правила), Административным регламентом Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденным Приказом 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» (далее – Административный регламент), установила, что спорная реклама:

1. «В статье использованы <...>;
2. «В медицинском центре <...>;
3. «Абсолютно точно, абсолютно доступно, абсолютно профессионально»;
4. «<...>»;
5. «В МЦ <...>;
6. <...>,

не соответствует требованиям части 8 статьи 24 Закона «О рекламе» и, в силу пункта 1 статьи 4 Закона «О рекламе», является ненадлежащей, поскольку реклама методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, для использования которых требуется специальная подготовка, не допускается иначе как в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона «О рекламе», ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Согласно части 1 статьи 5 Закона «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Из понятия «рекламодатель», установленного пунктом 5 статьи 3 Закона «О рекламе», следует, что рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно пункту 7 статьи 3 Закона «О рекламе», рекламораспространителем рекламы является ООО «Издательский дом «Амурская правда» <...>.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона «О рекламе», рекламодателем, изготовителем или продавцом товара, фактически определившим объект рекламирования и содержание рекламы, размещенной в газете «Амурская правда» от <...>, является ООО «Диагностические Системы-Восток «Медицинский Центр Абсолют» <...>.

Частью 6, частью 7 статьи 38 Закона «О рекламе», ответственность за нарушение требований, установленных [статьей 24](#) указанного Закона, возложена на рекламодателя; ответственность за нарушение требований, установленных статьей 16, частями 7-9 статьи 24 этого же Закона возложена на рекламораспространителя.

Установлено, что данная реклама распространялась на территории Амурской области в г. Благовещенске в 2014 году <...> на основании договора на размещение рекламного материала <...>, заключенного между <...>; счет на оплату <...>.

Комиссией Амурского УФАС России, по совокупности документов установлено, что по вине рекламодателя ООО «Диагностические Системы-Восток» «Медицинский Центр Абсолют» произошло распространение на территории г. Благовещенска Амурской области вышеназванной рекламы, не соответствующей требованиям части 8 статьи 24 Закона «О рекламе».

Комиссия Амурского УФАС России считает, что ООО «Диагностические Системы-Восток «Медицинский Центр Абсолют», являясь рекламодателем вышеназванной рекламы, имело возможность не размещать в газете «Амурская правда» рекламу диагностики (полимеризации цепной реакции, иммуноферментного анализа) или разместить ее в специализированном печатном издании, предназначенном для медицинских и фармацевтических работников, что исключило бы нарушение требований части 8 статьи 24 Закона «О рекламе», однако не предприняло для этого соответствующих мер.

На основании вышеизложенного, установлен факт нарушения ООО «Диагностические Системы-Восток «Медицинский Центр Абсолют» (рекламодателя) требований части 8 статьи 24 Закона «О рекламе».

Комиссией Амурского УФАС России, по совокупности документов установлено, что по вине рекламораспространителя ООО «Издательский дом «Амурская правда» произошло распространение на территории г. Благовещенска Амурской области вышеназванной рекламы, не соответствующей требованиям статьи 16, части 8 статьи 24 Закона «О рекламе».

Комиссия Амурского УФАС России считает, что ООО «Издательский дом «Амурская правда», являясь рекламораспространителем вышеназванной

рекламы, имело возможность напечатать <...> пометку «реклама» или пометку «на правах рекламы», что исключило бы нарушение требований статьи 16 Закона «О рекламе»; имело возможность не размещать в газете «Амурская правда» рекламу диагностики (полимеризации цепной реакции, иммуноферментного анализа), что исключило бы нарушение требований части 8 статьи 24 Закона «О рекламе», однако не предприняло для этого соответствующих мер.

На основании вышеизложенного, установлен факт нарушения ООО «Издательский дом «Амурская правда» (рекламораспространителя) требований статьи 16, части 8 статьи 24 Закона «О рекламе».

Согласно частей 4 и 6 статьи 38 Закона «О рекламе» к лицу, виновному в нарушении требований законодательства о рекламе, необходимо применить меры ответственности 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, Комиссия

#### РЕШИЛА:

##### 1. Признать ненадлежащей рекламу:

1. «В статье использованы международные <...>;
2. «В медицинском центре <...>;
3. «<...>;
4. «<...>;
5. «В МЦ <...>;
6. «Адрес <...>;»,

поскольку в ней нарушены требования статьи 16, части 8 статьи 24 Закона «О рекламе».

2. Выдать ООО «Диагностические Системы-Восток «Медицинский Центр Абсолют» предписание о прекращении нарушения части 8 статьи 24 Закона «О рекламе».

3. Выдать ООО «Издательский дом «Амурская правда» предписание о прекращении нарушения статьи 16, части 8 статьи 24 Закона «О рекламе».

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Амурского 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 <...> Решение может быть обжаловано в

арбитражный суд в порядке, предусмотренном [статьей 198](#) Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>

<...>

<...>