

## РЕШЕНИЕ

### по делу № 25/04-2018р

Резолютивная часть решения оглашена 16 апреля 2018 года

В полном объеме решение изготовлено 17 апреля 2018 года

Комиссия Кировского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: Председателя комиссии <...> –руководителя управления, Членов Комиссии: <...> – начальника отдела финансовых рынков и рекламы Кировского УФАС России; <...> – специалиста отдела финансовых рынков и рекламы Кировского УФАС России, при ведении протокола <...> – специалистом ОФРиР.

В отсутствие Заявителя – физического лица.

В присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе - законного представителя, директора ООО «ГастроЦентр» <...>;

рассмотрев материалы дела № 25/04-2018р, возбужденного по признакам нарушения части 3 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», по факту при размещении в газетах: «Источник новостей» №51 (564) от 23.12.2017 на странице 14 рекламной информации следующего содержания: «Ходил по скидкам и акциям, потратил деньги и вернулся в «Гастроцентр <...>», «Мой PRO Город» №51 (58) от 22.12.2017 на странице 24 рекламной информации следующего содержания: «Ходил по скидкам и акциям, потратил деньги и вернулся в «Гастроцентр <...>»,

### УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы поступило заявление физического лица (вх. №940к от 07.02.2018) по вопросу нарушения, по мнению заявителя, рекламного законодательства при размещении в газетах: «Источник новостей» №51 (564) от 23.12.2017 на странице 14 рекламной информации следующего содержания: «Ходил по скидкам и акциям, потратил деньги и вернулся в «Гастроцентр <...>», «Мой PRO Город» №51 (58) от 22.12.2017 на странице 24 рекламной информации следующего содержания: «Ходил по скидкам и акциям, потратил деньги и вернулся в «Гастроцентр <...>», которая, по мнению заявителя, нарушает требования, установленные статьей Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»).

Определением от 21.03.2018 в отношении ООО «ГастроЦентр» возбуждено дело по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. Рассмотрение дела № 25/04-2018р назначено на 16.04.2018.

Заявитель – физическое лицо, надлежащим образом уведомленный о дате, времени и месте рассмотрения дела № 25/04-2018р, явку на заседание Комиссии не обеспечил, представителя не направил, заявил ходатайство о рассмотрении в свое отсутствие (вх. №2706 от 12.04.2018).

Ответчик - ООО «ГастроЦентр», надлежащим образом уведомленный о дате, времени и месте

рассмотрения дела № 25/04-2018р, обеспечил на заседание Комиссии явку законного представителя – <...>, директора ООО «ГастроЦентр». <...> пояснила, что факт нарушения рекламного законодательства не признает.

Изучив материалы дела, Комиссия Кировского УФАС России приходит к следующим выводам.

Согласно статье 3 Федерального 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. 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. Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация под заголовком «Ходил по скидкам и акциям, потратил деньги и вернулся в «Гастроцентр <...>», размещенная в газете «Источник новостей» №51 (564) от 23.12.2017 на странице 14, и в газете «Мой PRO Город» №51 (58) от 22.12.2017 на странице 24, адресована неопределенному кругу лиц (читателям средств массовой информации - газет), направлена на привлечение внимания потребителей к объекту рекламирования (медицинским услугам, оказываемым ООО «ГастроЦентр»), способствует формированию интереса к рекламируемым услугам и их продвижению на рынке, и по своему содержанию является рекламой.

В соответствии с пунктом 2 части 1 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», реклама лекарственных средств не должна содержать ссылки на конкретные случаи излечения от заболеваний, улучшения состояния здоровья человека в результате применения объекта рекламирования.

На основании части 3 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», требования пунктов 2 - 5 части 1 настоящей статьи распространяются также на рекламу медицинских услуг, в том числе на рекламу методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации. Согласно [п. 46 ч. 1 ст. 12](#) Федерального закона от 04.05.2011 N 99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности» (далее - Закон о лицензировании) медицинская деятельность (за исключением указанной деятельности, осуществляемой медицинскими организациями и другими организациями, входящими в частную систему здравоохранения, на территории инновационного центра «Сколково») подлежит лицензированию.

[Частью 2 ст. 12](#) Закона о лицензировании предусмотрено, что положениями о лицензировании конкретных видов деятельности устанавливаются исчерпывающие перечни выполняемых работ, оказываемых услуг, составляющих лицензируемый вид деятельности.

[Положение](#) о лицензировании медицинской деятельности (за исключением указанной деятельности, осуществляемой медицинскими организациями и другими организациями, входящими в частную систему здравоохранения, на территории инновационного центра «Сколково») утверждено Постановлением Правительства РФ от 16.04.2012 N 291 (далее - Положение о лицензировании).

В соответствии с [п. 3](#) Положения о лицензировании медицинскую деятельность составляют работы (услуги) по перечню согласно [Приложению](#) к Положению о лицензировании. Услуги по стоматологии входят в [Перечень](#) работ (услуг), составляющих медицинскую деятельность, так как содержатся в Приложении к Положению о лицензировании.

ООО «ГастроЦентр» имеет лицензию на осуществление медицинской деятельности № ЛО-43-01-001079 от 28.04.2012 г., 1) при осуществлении доврачебной медицинской помощи по:

сестринскому делу; 2) при осуществлении амбулаторно-поликлинической медицинской помощи, в том числе: в) при осуществлении специализированной медицинской помощи по: гастроэнтерологии, гематологии, колопроктологии, терапии, ультразвуковой диагностике, урологии, эндоскопии.

На основании Федерального закона от 21.11.2011 N 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации», медицинская услуга - медицинское вмешательство или комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение.

Систематизированный перечень кодов и наименований медицинских услуг в здравоохранении утвержден приказом Минздрава России от 13.10.2017 N 804н "Об утверждении номенклатуры медицинских услуг".

Рекламируемые услуги по проведению лабораторных исследований («сделали анализы»), методов диагностики (УЗИ – ультразвуковое исследование, ФГДС - фиброгастродуоденоскопия), являются медицинскими услугами. Таким образом, рассматриваемая в рамках настоящего дела рекламная информация должна отвечать требованиям статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

Исходя из текста рекламы и её комплексного восприятия потребителем вместе с остальным текстом статьи «Ходил по скидкам и акциям, потратил деньги и вернулся в «Гастроцентр <...>», Комиссия Кировского УФАС России пришла к выводу, что рассматриваемая информация имеет в себе прямую отсылку к ситуации улучшения состояния здоровья человека вследствие применения медицинских услуг, оказываемых ООО «ГастроЦентр», и объективно воспринимается как конкретный случай улучшения состояния здоровья по следующим основаниям.

Указанный выше нормативный запрет направлен на исключение усиленного психологического воздействия рекламы тех или иных медицинских услуг на потребителей, которые нуждаются в лечении соответствующих видов заболеваний. В первую очередь, это связано с тем, что при выборе способа лечения того или иного заболевания практикуется индивидуальный подход к каждому клиенту (пациенту).

В данном случае используемый в статье отзыв клиента: «<..> Был сегодня в «ГастроЦентре, обратился с болью в желудке. Меня посмотрел врач, сразу обследовали: УЗИ, ФГДС под наркозом, сделали анализы и капельницу. Боль прошла, стало легче! Огромное спасибо всему персоналу за ваш профессионализм! Всем рекомендую!» способен сформировать у потребителя общее восприятие имевшего место в действительности случая (ситуации), что создает у потребителя впечатление о том, что эффективность рекламируемых медицинских услуг подтверждается другим потребителем, который ранее воспользовался рекламируемыми услугами и получил положительный результат.

Кроме того, Комиссия Кировского УФАС России приходит к выводу о том, что в построении рекламной информации четко прослеживается причинно-следственная связь между применением медицинских услуг и улучшением состояния здоровья клиента.

Так, в рекламе сначала описывается плохое самочувствие клиента «обратился с болью в желудке», далее говорится о применении объекта рекламирования: «сразу обследовали: УЗИ, ФГДС под наркозом, сделали анализы и капельницу», затем приводится результат: «Боль прошла, стало легче!».

Учитывая вышеизложенное, утверждение в рекламе: «Боль прошла, стало легче!» содержит ссылку на улучшение состояния здоровья человека в результате применения объекта рекламирования - медицинских услуг, оказываемых ООО «ГастроЦентр».

Спорная рекламная информация, размещенная на странице 14 газеты «Источник новостей» №51 (564) от 23.12.2017, а также на странице 24 газеты «Мой PRO Город» №51 (58) от 22.12.2017: «<..> Был сегодня в «ГастроЦентре, обратился с болью в желудке. Меня посмотрел врач, сразу обследовали: УЗИ, ФГДС под наркозом, сделали анализы и капельницу. Боль прошла, стало легче! Огромное спасибо всему персоналу за ваш профессионализм! Всем рекомендую!», содержит ссылку на конкретный случай улучшения состояния здоровья вследствие применения методов профилактики, диагностики, лечения, следовательно, рассматриваемая реклама содержит нарушение части 3 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

С учетом названных обстоятельств и положений ч. 3 ст. 24 Федерального закона «О рекламе», следует признать, что рассматриваемая реклама не отвечает требованиям данного закона.

Из положений части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» следует, что за нарушение требований, установленных частью 3 статьи 24 Федерального закона несет ответственность рекламодатель.

Исходя из совокупности представленных документов (договор № 7/4 на оказание услуг по разработке, изготовлению и размещению рекламной продукции от 24.11.2017; договор №25 от 26.01.2017) и устных пояснений законного представителя ООО «ГастроЦентр», рекламодателем спорной рекламы в газете «Источник новостей» № 51 (564) от 23.12.2017 и газете «Мой PRO Город» является ООО «ГастроЦентр».

Учитывая тот факт, что на момент принятия решения в материалах дела отсутствует документальное подтверждение устранения нарушения, Комиссия решила выдать ООО «ГастроЦентр» предписание об устранении нарушения рекламного законодательства.

На основании ч. 5 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Комиссия считает необходимым передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Кировского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении в отношении ООО «ГастроЦентр» и его должностного лица по части 5 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь ст. 3, ч. 3 ст. 24, ст. 33, ст. 36, ст. 38 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия,

## **РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащей рекламу следующего содержания: «<..> Был сегодня в «ГастроЦентре, обратился с болью в желудке. Меня посмотрел врач, сразу обследовали: УЗИ, ФГДС под наркозом, сделали анализы и капельницу. Боль прошла, стало легче! Огромное спасибо всему персоналу за ваш профессионализм! Всем рекомендую!», размещенную в газете «Источник новостей» № 51 (564) от 23.12.2017 на странице 14 и газете «Мой PRO Город» №51 (58) от 22.12.2017 на странице 24, так как она противоречит части 3 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО «ГастроЦентр» (ИНН 4345319557; ОГРН 1114345048245; 610033, г. Киров, проезд Студенческий, д. 4, кв. 69) предписание о прекращении нарушения части 3 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

3. Передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 5 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административном правонарушении в отношении ООО «ГастроЦентр» (ИНН 4345319557; ОГРН 1114345048245; 610033, г. Киров, проезд Студенческий, д. 4, кв. 69) и его должностного лица.

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

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>