

Управление Федеральной антимонопольной службы
по республике Коми

РЕШЕНИЕ

15 ноября 2013 года

(изготовление решения в
полном объеме)

13 ноября 2013 года

(оглашение резолютивной
части)

№ 03-01/9799

г. Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми по рассмотрению дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия, Коми УФАС России), в составе:

<...>;

рассмотрев материалы дела № Р 42-10/13, возбужденного в отношении Общества с ограниченной ответственностью «Медицинский центр «Да Винчи» (далее - ООО «МЦ «Да Винчи») по факту распространения наружной рекламы следующего содержания: «ДК «Строитель» ул. К. Цеткин, 80 ДИАГНОСТИКА МРТ ООО «МЦ «Да Винчи» МРТ исследования следующих органов, областей и систем: - головы, шеи – сосудов головного мозга – брюшной полости и забрюшинного пространства – малого таза – позвоночника – конечностей, суставов т. 21-81-95» с признаками нарушения требований ч. 7 ст. 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе),

в присутствии:

- представителя ООО «МЦ «Да Винчи» <...>го Э.И., действующего на основании доверенности от 01.10.2013,

- генерального директора ООО «Рекламные мастерские «Гросс» <...>ой Е.М., действующей на основании Устава и решения общего собрания участников ООО «Рекламные мастерские «Гросс» от 12.04.2013,

УСТАНОВИЛА:

Коми УФАС России в ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе выявлено распространение наружной рекламы следующего содержания: «ДК «Строитель» ул. К. Цеткин, 80 ДИАГНОСТИКА МРТ ООО «МЦ «Да Винчи» МРТ исследования следующих органов, областей и систем: - головы, шеи – сосудов головного мозга – брюшной полости и забрюшинного пространства – малого таза – позвоночника – конечностей, суставов т. 21-81-95», размещенной на конструкциях, установленных на улицах города Сыктывкара (далее – рассматриваемая реклама).

По указанному факту определением № 03-01/8386 от 03.10.2013 возбуждено дело № Р 42-10/13 по признакам нарушения ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе в отношении ООО «МЦ «Да Винчи».

Из материалов дела № Р 42-10/13 (далее – рекламное дело) усматривается нижеследующее.

В соответствии с п. 1 ст. 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.

Вышеуказанная информация содержит все правовые признаки рекламы:

- распространена посредством размещения на конструкциях, установленных на улицах города Сыктывкара;

- адресована неопределенному кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования: диагностике МРТ, ООО «МЦ «Да Винчи», МРТ исследования головы, шеи, сосудов головного мозга, брюшной полости и забрюшинного пространства, малого таза, позвоночника, конечностей, суставов, формирование и поддержание интереса к ним, и их продвижение на рынке.

Рассматриваемая информация не является обязательной к размещению в силу закона, в том числе выходит за рамки требований ст. 9 Закона РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей», поскольку размещена не в месте осуществления ООО «МЦ «Да Винчи» своей деятельности, а на значительном удалении от него, в том числе: по улице Интернациональной, в районе дома № 172, по Сысольскому шоссе, в районе домов № 7 и № 17, по улице Куратова, в районе дома № 73/6 (ТРЦ «Рублик»).

Таким образом, указанная информация, размещенная на конструкциях, установленных на улицах города Сыктывкара, является рекламой.

Согласно требованиям, установленным ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе, реклама медицинских услуг, в том числе методов лечения 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).

В силу ч. 4 ст. 2 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.

Из содержания рассматриваемой рекламы усматривается, что она не является явно не относящейся к рекламе медицинских услуг.

В соответствии со ст. 2 Федерального закона № 323 от 21.11.2011 «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.

Перечень медицинских услуг утвержден приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 27.12.2011 № 1664н «Об утверждении номенклатуры медицинских услуг».

Номенклатура медицинских услуг представляет собой перечень медицинских услуг, разделенных на два класса: «А» и «В». Класс «А» включает медицинские услуги, представляющие собой определенные виды медицинских вмешательств, направленные на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющие самостоятельное законченное значение. Разделы класса «А» обозначают определенный тип медицинской услуги, в том числе раздел 05 - регистрация электромагнитных сигналов, испускаемых или потенцированных в органах и тканях с их последующей расшифровкой и описанием. В указанном разделе зарегистрированы следующие медицинские услуги:

- Магнитно-резонансная томография позвоночника (один отдел) (код А05.03.002),
- Магнитно-резонансная томография позвоночника с контрастированием (один отдел) (код А05.03.002.001),
- Магнитно-резонансная томография суставов (один сустав) (код А05.04.001),
- Магнитно-резонансная томография суставов (один сустав) с контрастированием (код А05.04.001.001),
- Магнитно-резонансная томография органов брюшной полости (код А05.14.001),
- Магнитно-резонансная томография головного мозга (код А05.23.009),
- Проведение магнитно-резонансных томографических исследований (код А05.30.003),
- Магнитно-резонансная томография органов малого таза (код А05.30.004),
- Магнитно-резонансная томография брюшной полости (код А05.30.005),
- Магнитно-резонансная томография забрюшинного пространства (код А05.30.007),
 - Магнитно-резонансная томография шеи (код А05.30.008),
 - Магнитно-резонансная томография головы (код А05.30.010),
- Магнитно-резонансная томография верхней конечности (код А05.30.011),
- Магнитно-резонансная томография нижней конечности (код А05.30.012).

Магнитно-резонансная томография (МРТ) имеет ряд абсолютных и относительных противопоказаний, в том числе:

- металлическое инородное тело в глазнице;
- внутричерепные аневризмы, клипированные ферромагнитным материалом;
- наличие в теле электронных приспособлений (например, кардиостимулятор);
- гемопоэтическая анемия (при контрастировании);
- беременность (до 12 недель);
- металлические протезы, клипсы или осколки в несканируемых органах;
- татуировки с содержанием металлических соединений;
- состояние алкогольного или наркотического опьянения (по информации Интернет-сайта www.medicalj.ru).

С учетом изложенного, рассматриваемая реклама должна распространяться с соблюдением требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

Рассматриваемая реклама не содержит ни одного из предусмотренных ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе видов предупреждений.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона о рекламе ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

При таких обстоятельствах рассматриваемая реклама размещена в нарушение требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение требований, установленных ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе, согласно частям 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе, несут и рекламодатель, и рекламодателем, и рекламодателем.

Согласно ч. 8 ст. 38 Закона о рекламе рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, указанных в частях 6, 7 настоящей статьи, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В силу п. 7 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В соответствии с п. 6 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Согласно письменной информации, представленной ООО «МЦ «Да Винчи» в материалы рекламного дела, и пояснениям, данным представителями Общества <...>ым Э.И. и <...>ым С.П. в ходе рассмотрения рекламного дела, рекламодателем и рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «МЦ «Да Винчи», рекламодателем - ООО «Рекламные мастерские «Гросс». Генеральный директор ООО «МЦ «Да Винчи» <...> С.П. принял решение изготовить и разместить в ближайших местах движения потенциальных пациентов, а также по периметру квартала, внутри которого находится центр МРТ, информационные указатели в виде мобильных штендеров-стоек. Содержание медицинского текста для эскиза рекламы <...> С.П. в устной форме согласовал с главным врачом ООО «МЦ «Да Винчи» <...>ым Н.Е. Разработка эскизов рекламы производилась специалистом ООО «Рекламные мастерские «Гросс» в присутствии генерального директора ООО «МЦ «Да Винчи» <...>а С.П. Всего было заказано 45 рекламных конструкций, которые после изготовления были установлены в разных местах города Сыктывкара временным рабочим, привлеченным для этих целей директором ООО «МЦ «Да Винчи».

Из письменной информации, представленной ООО «Рекламные мастерские «Гросс» в материалы рекламного дела, и пояснений, данных генеральным директором ООО «Рекламные мастерские «Гросс» <...>ой Е.М. в ходе рассмотрения рекламного дела, следует, что 11.07.2013 генеральный директор ООО «МЦ «Да Винчи» <...> С.П. подал устную заявку ООО «Рекламные мастерские «Гросс» на изготовление рассматриваемой рекламы, предоставив текст рекламы; в присутствии генерального директора ООО «МЦ «Да Винчи» <...>ая Е.М. изготовила рекламу в электронном варианте и в устной форме согласовала её с <...>ым С.П.

В материалы рекламного дела лицами, участвующими в деле, представлены копии следующих документов: договора на оказание услуг № 16/13 от 11.07.2013, заключенного между ООО «Рекламные мастерские «Гросс» и ООО «МЦ «Да Винчи», счетов № 147 от 11.07.2013, № 170 от 05.08.2013, № 176 от 09.08.2013, № 182 от 16.08.2013, товарных накладных № 129 от 18.07.2013, № 143 от 07.08.2013, № 149 от 16.08.2013, № 150 от 16.08.2013, платежных поручений № 301 от 18.07.2013, № 324 от 07.08.2013, № 327 от 09.08.2013, № 388 от 23.09.2013, № 404 от 03.10.2013, № 416 от 10.10.2013.

Из материалов рекламного дела усматривается, что ООО «МЦ «Да Винчи» определило объект рекламирования и содержание рассматриваемой рекламы, ООО «Рекламные мастерские «Гросс» в соответствии с требованиями ООО «МЦ «Да Винчи» привело представленную Обществом информацию в готовую для распространения в виде рекламы форму, разместив её на рекламных конструкциях, затем ООО «МЦ «Да Винчи» распространило рассматриваемую рекламу посредством установки рекламных конструкций на улицах города Сыктывкара.

При таких обстоятельствах **рекламодателем и рекламодателем** рассматриваемой рекламы является **ООО «МЦ «Да Винчи», рекламодателем - ООО «Рекламные мастерские «Гросс».**

В соответствии с п. 1.1 Устава ООО «МЦ «Да Винчи» Общество создано в соответствии с действующим законодательством РФ в целях получения прибыли от его предпринимательской деятельности.

Согласно выписке из ЕГРЮЛ № 3062 от 07.10.2013 одним из видов деятельности Общества является прочая деятельность по охране здоровья.

В материалы рекламного дела представлена копия лицензии № ЛО-11-01-001001 от 21.06.2013, выданной ООО «МЦ «Да Винчи» на осуществление медицинской деятельности, в том числе работ (услуг), выполняемых при оказании первичной доврачебной медико-санитарной помощи в амбулаторных условиях по: рентгенологии, сестринскому делу, при оказании первичной специализированной медико-санитарной помощи в амбулаторных условиях по рентгенологии.

Из вышеизложенного следует, что рассматриваемая реклама размещена ООО «МЦ «Да Винчи» с целью получения Обществом прибыли от его экономической деятельности, что отвечает целям предпринимательской деятельности.

В соответствии с Уставом ООО «МЦ «Да Винчи» единоличным исполнительным органом Общества является генеральный директор; генеральный директор без доверенности действует от имени Общества, представляет его интересы и совершает сделки.

В материалы рекламного дела представлены копии: трудового договора № 1 от 01.07.2012, заключенного ООО «МЦ «Да Винчи» с <...>ым (далее - <...> С.П.), приказа ООО «МЦ «Да Винчи» № 1-к от 01.07.2012 о приеме на работу <...>а С.П. генеральным директором.

Из материалов рекламного дела усматривается, что должностным лицом ООО «МЦ «Да Винчи», ответственным за соблюдение Обществом законодательства о рекламе, является генеральный директор <...> С.П.

В письменных пояснениях, представленных в материалы рекламного дела, ООО «МЦ «Да Винчи» указало, что в виду отсутствия юридического опыта в области производства рекламно-информационных сообщений, генеральный директор ООО «МЦ «Да Винчи» полностью полагался на юридическую грамотность специалистов ООО «Рекламные мастерские «Гросс».

Как следует из материалов рекламного дела, рассматриваемая реклама была изготовлена ООО «Рекламные мастерские «Гросс» в том виде, в котором заказывалась рекламодателем - ООО «МЦ «Да Винчи»; при этом заказчик не указывал на необходимость размещения в рекламе предупреждающей надписи в соответствии с требованиями ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе. Рекламодатель не вносил каких-либо изменений в заказанную рекламу, претензий к рекламодателю ООО «МЦ «Да Винчи» не предъявляло. В связи с чем, вины рекламодателя ООО «Рекламные мастерские «Гросс» в нарушении требований рекламного законодательства не усматривается.

Комиссией в ходе рассмотрения дела № Р 42-10/13 установлено, что нарушение требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе произошло по вине рекламодателя и рекламодателя - ООО «МЦ «Да Винчи» и его должностного лица - генерального директора <...>а С.П.

Из материалов рекламного дела усматривается, что со стороны ООО «МЦ «Да Винчи» и генерального директора Общества <...>а С.П. должных мер по контролю соответствия рекламы требованиям Закона о рекламе не принято, что и привело к рассматриваемому нарушению.

Таким образом, ООО «МЦ «Да Винчи» и генеральным директором ООО «МЦ «Да Винчи» <...>ым С.П. нарушены требования ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

Из материалов рекламного дела следует, что рассматриваемая реклама распространялась на территории города Сыктывкара с 10.09.2013 по 03.10.2013.

Комиссией установлено, что на дату вынесения решения факт распространения рассматриваемой рекламы не имеет места, что подтверждается фотографиями, представленными ООО «МЦ «Да Винчи» в материалы рекламного дела.

В связи с добровольным устранением лицом совершенного нарушения, Комиссия сочла нецелесообразной выдачу ООО «МЦ «Да Винчи» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы.

На основании изложенного, руководствуясь п. 4 ст. 3, п. 2 ч. 1 ст. 33, п. 7 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37 – 43, 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, п. 3.58 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12,

Р Е Ш И Л А:

1. Признать рекламу следующего содержания: «ДК «Строитель» ул. К. Цеткин, 80 ДИАГНОСТИКА МРТ ООО «МЦ «Да Винчи» МРТ исследования следующих органов, областей и систем: - головы, шеи – сосудов головного мозга – брюшной полости и забрюшинного пространства – малого таза – позвоночника – конечностей, суставов т. 21-81-95», размещенную на конструкциях, установленных на улицах города Сыктывкара, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.
2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы ООО «МЦ «Да Винчи» не выдавать, поскольку распространение рекламы, указанной в п. 1 настоящего решения, прекращено.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении ООО «МЦ «Да Винчи» дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении генерального директора ООО «МЦ «Да Винчи» <...>а С.П. дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 15 ноября 2013 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.