

11 ноября 2016 года

г. Пенза, ул. Урицкого, 127

Резолютивная часть решения объявлена 03 ноября 2016 года.

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

председатель – директор УФАС России по Пензенской области – АНО «Любимая газета», по признакам нарушения части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее «О рекламе»),

СОВЕЩАНИЕ:

в целях осуществления государственного контроля за соблюдением законодательства о рекламе, отделом контроля органов власти и связи установлено следующее.

В газете «Реклама и объявления в Кузнецке» №116 (1856) от 04.10.2016 стр.14 опубликована реклама медицинских услуг с признаками нарушения законодательства о рекламе.

Пензенским УФАС России определением от 18.10.2016 по факту распространения рекламы медицинских услуг, размещенной в газете «Реклама и объявления в Кузнецке», возбуждено дело № 3-01/32-2016 по признакам нарушения части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе». К участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечено «xxx».

На заседании Комиссии «xxx» подтвердила факт распространения рекламы медицинских услуг в газете «Реклама и объявления в Кузнецке». «xxx» нарушения законодательства о рекламе признала.

На основании представленных документов, заслушав пояснения лиц, участвующих в рассмотрении дела, Комиссия пришла к следующему выводу.

В газете «Реклама и объявления в Кузнецке» №116 (1856) от 04.10.2016 стр.14 размещены рекламные объявления следующего содержания:

«... массаж. Выезд. Остеохондроз. Радиккулит. Сколиоз и т.д. Т.»;

«... ООО «Центр диагностики и восстановительной медицины» проводятся процедуры Вакуумного массажа. – остеохондроз позвоночника, – гипертоническая дистония, – ожирение, – целлюлит и многое другое ул.Стекловская, 80, т.».

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:

1) предназначаться для неопределенного круга лиц;

2) призывать, формировать и поддерживать интерес к объекту рекламирования;

3) способствовать продвижению объекта рекламирования (товара) на рынке.

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 газете «Реклама и объявления в Кузнецке», содержит все определяющие правовые признаки рекламы, позволяющие квалифицировать ее именно в этом качестве и отличить от информации нерекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; преследует строго заданные цели информирования: формирует и поддерживает интерес к объектам рекламирования и способствует их продвижению на рынке аналогичных услуг (по своему характеру разовым предложением не является) и, следовательно, является рекламой.

Согласно пункту 3 Положения о лицензировании медицинской деятельности (за исключением указанной деятельности, осуществляемой государственными 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 осуществляют 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 консультаций, 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.

В соответствии с указанным Перечнем работ (услуг) при осуществлении медицинской деятельности подлежат лицензированию, в том числе работы (услуги) по стоматологии, стоматологии ортопедической и стоматологии терапевтической.

Список и перечень медицинских услуг определены Номенклатурой медицинских услуг, утвержденной приказом Минздравсоцразвития

ии от 27.12.2011 № 1664н (далее – Номенклатура медицинских услуг).

асно п.п. А21.01.001, А21.03.002, А21.12.001 указанной Номенклатуры массаж является медицинской услугой.

сновании части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе» реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов илактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий должна сопровождаться предупреждением о чи противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения ультации специалистов. В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна авляться не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, - не менее чем секунд и должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - знее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

здержания распространяемой рекламы следует, что указание в ней таких слов, как «массаж - остеохондроз, радикулит, сколиоз; умный массаж – остеохондроз позвоночника, вегетососудистая дистония, ожирение, целлюлит» очевидно ассоциируется у ебителя не с самим фактом осуществления медицинской деятельности, а с конкретным перечнем оказываемых медицинских услуг, и авлено на привлечение внимания к медицинским услугам.

шеизложенного следует, что реклама по лечению заболеваний позвоночника, остеохондроза, радикулита, сколиоза является ицинской услугой, следовательно, должна соответствовать требованиям, предъявляемым рекламным законодательством.

:матриваемая реклама медицинских услуг не сопровождается предупреждением о наличии противопоказаний при оказании ицинских услуг, необходимости получения консультации специалистов, что является нарушением части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе».

тветствии с положениями части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной рмации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и ятся в заблуждение потребители рекламы.

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

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

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

:тственность за нарушение части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе» в соответствии со статьей 38 названного закона несет амораспространитель (часть 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе»).

рассмотрении настоящего дела установлено, что рекламораспространителем рекламы медицинских услуг, распространяемой в ге «Реклама и объявления в Кузнечке», является «xxx», являющегося учредителем и издателем газеты - «Реклама и объявления в зчке».

звая вышеизложенное, и, основываясь на фактических обстоятельствах дела, Комиссия пришла к выводу, что «xxx» нарушило ования части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе».

асно статье 1 Закона о рекламе, целями данного закона являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения ципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализации а потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской эрации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

тветствии с пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения одательства РФ о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе монопоольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить ленное правонарушение предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

омент рассмотрения дела Комиссии Пензенского УФАС России доказательств устранения нарушения требований части 7 статьи 24 О рекламе» «xxx» представлено не было.

изи с чем, Комиссия Пензенского УФАС России считает целесообразным выдачу предписания о прекращении нарушения требований амного законодательства.

у части 4 статьи 38 ФЗ «О рекламе» нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями одательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской эрации 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 ил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации аме от 17.08.2006 № 508, Комиссия

1АА:

изнать ненадлежащей рекламу медицинских услуг, распространяемую «xxx» в газете «Реклама и объявления в Кузнечке» №1116 (1856) .10.2016 стр.14, без соблюдения требований к сопровождению рекламы предупредительной надписью о наличии противопоказаний к именению, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать «xxx» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о аме.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Пензенского УФАС России для возбуждения дела об

министративном правонарушении, предусмотренном частью 5 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

ание изготовлено в полном объеме 07 ноября 2016 года.

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