

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 342

«30» ноября 2011 года

г. Красноярск

Резолютивная часть решения оглашена 21.11.2011.

В полном объеме решение изготовлено 30.11.2011.

Комиссия Красноярского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: Председатель Комиссии – заместитель руководителя управления - начальник аналитического отдела - Харченко О.П., члены Комиссии: Чуракова О.А. – главный специалист-эксперт, Степанова В.С. – специалист-эксперт, рассмотрев дело № 342, возбужденное по признакам нарушения ООО «Лечебно-диагностический центр ФармСибКо» законодательства Российской Федерации о рекламе, в присутствии представителей ООО «Лечебно-диагностический центр ФармСибКо»

УСТАНОВИЛА:

В адрес управления поступило обращение <...> (вх. № 17680 от 07.10.2011) о распространении ненадлежащей рекламы.

В ходе рассмотрения обращения было установлено следующее. В рекламном издании «ФармСибКо» Аптеки, которые всегда рядом» № 4 (71) июнь 2011 распространялась реклама следующего содержания: «Гастроскопия – это единственный точный метод обследования желудка Медюнион Русско-Американский медицинский центр ... Гастроскопию нужно пройти каждому человеку и первую процедуры желательнее сделать в 18 лет. Если все органы пищеварения в норме, то данная процедура показана раз в 5 лет, а в возрасте после 40 – ежегодно. Гастроскопию проводят при таких жалобах, как изжога, боль в животе, связанная с приемом пищи, голодные боли, а так же с профилактической целью. ... Можно точно выявить патологию, ее локализацию. ... И кроме диагностики – одновременно с ФГС можно еще и делать несложные операции на желудке. ... Русско-Американский медицинский центр «Медюнион» г. Красноярск ул. Никитина 1 «В» тел. (391) 220-98-68, 220-98-58, 220-98-86 адрес в интернете: www.ldcmedunion.ru Возможны противопоказания, необходима консультация специалиста» (далее – Реклама).

Согласно части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» реклама лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, медицинской техники 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). Требования настоящей части не распространяются на рекламу, распространяемую в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, а также в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях, и на иную рекламу, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники. В силу части 7 статьи 5 Федерального закона «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.

Предусмотренное частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» предупреждение в рассматриваемой Рекламе занимает менее чем пять процентов рекламной площади, что может ввести потребителей рекламируемых услуг в заблуждение.

Таким образом, рассматриваемая Реклама содержит признаки нарушения требований части 7 статьи 5, части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе». В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5, частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», несет рекламоделец. В результате рассмотрения Рекламы Красноярским УФАС России было принято решение о возбуждении в отношении ООО «Лечебно-диагностический центр ФармСибКо» дела № 342 по признакам нарушения части 7 статьи 5, части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

Определение о возбуждении дела № 342 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе было направлено в адрес ООО «Лечебно-диагностический центр ФармСибКо» заказным письмом с уведомлением исх. № 18083 от 01.11.2011.

ООО «Лечебно-диагностический центр ФармСибКо» представлены письменные пояснения в которых указано, что в целях продвижения ООО «Лечебно-диагностический центр ФармСибКо» на рынке аналогичных услуг г. Красноярска приказом № 41 от 23.05.2011 на <...> была возложена обязанность по заключению договора с ООО «ФармСибКо» на распространение рекламной информации ООО «Лечебно-диагностический центр ФармСибКо» в буклетах ООО «ФармСибКо» «Аптеки, которые всегда рядом». Ответственность за всю распространяемую и печатаемую рекламу ООО «Лечебно-диагностический центр ФармСибКо», а также за ее соответствие законодательству Российской Федерации о рекламе, возложена на <...>(приказ № 18-к от 22.03.2011). На основании пункта 2.7 должностной инструкции <...> ООО «Лечебно-диагностический центр ФармСибКо»: «разрабатывает стратегию проведения рекламных мероприятий в СМИ с помощью наружной, световой, электронной, почтовой рекламы, рекламы на транспорте, участие в отраслевых выставках, ярмарках, выставках-продажах для информирования потенциальных покупателей и расширения рынков сбыта. Следит за тем, чтобы вся реклама ООО «Лечебно-диагностический центр ФармСибКо» соответствовала законодательству Российской Федерации», также пункт 4.5 должностной инструкции фиксирует, что <...> несет ответственность: «За нарушения законодательства Российской Федерации, возникшие в связи с распространением рекламы ООО «Лечебно-диагностический центр ФармСибКо». Согласно объяснительной <...> от 08.11.2011 г. макет информационных статей ООО «Лечебно-

диагностический центр ФармСибКо» разрабатывался и утверждался ею. Также, <...> макет указанных статей передавался в ООО «ФармСибКо» с целью размещения их в буклетах «Аптеки, которые всегда рядом». ООО «Лечебно-диагностический центр ФармСибКо» не специализируется на изготовлении и распространении рекламы, в связи с этим не имеет специального программного обеспечения для вычисления площади рекламы и предупреждения, вследствие чего и возникла ситуация с неверным соотношением информационного текста и ссылки.

В ходе рассмотрения дела и анализа имеющихся материалов Комиссия Красноярского УФАС России установила следующее.

Согласно Отраслевым стандартам «Термины и определения системы стандартизации в здравоохранении», утвержденным Приказом Минздрава РФ от 22.01.2001 N 12, медицинская услуга - это мероприятие или комплекс мероприятий, направленных на профилактику заболеваний, их диагностику и лечение, имеющих самостоятельное законченное значение и определенную стоимость.

Согласно Отраслевому классификатору, утвержденному Приказом Минздрава России от 16.07.2001 N 269 «О введении Классификатора «Сложные и комплексные медицинские услуги. Состав» (ОК 91500.09.0002-2001) гастроэнтерология является лечебно - диагностическими услугами, формирующими этапы процесса оказания медицинской помощи.

Таким образом, рассматриваемые услуги являются медицинскими услугами.

Согласно Федеральному закону «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.

Указанная информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к медицинским услугам, оказываемым в ООО «Лечебно-диагностический центр ФармСибКо», формирование и поддержание интереса к ним, и их продвижение на рынке.

Таким образом, рассмотренная выше информация является рекламой медицинских услуг.

Согласно части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» реклама лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, медицинской техники 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). Требования настоящей части не распространяются на рекламу, распространяемую в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, а также в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях, и на иную рекламу, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники. В силу части 7 статьи 5 Федерального закона «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.

Предусмотренное частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» предупреждение в рассматриваемой Рекламе занимает 1,7% рекламной площади (рекламного пространства).

Согласно статьи 3 Федерального закона «О рекламе» ненадлежащая реклама-реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Таким образом, учитывая вышеизложенные обстоятельства, Комиссией Красноярского УФАС Реклама была признана ненадлежащей, поскольку она нарушает требования части 7 статьи 5, части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5, частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», несет рекламоделец.

В силу статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламоделец - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Реклама была размещена на основании договора безвозмездного оказания услуг по размещению рекламной информации от 24.05.2011, заключенного между ООО «Лечебно-диагностический центр ФармСибКо» и ООО «ФармСибКо»

На основании изложенного рекламоделем рассматриваемой Рекламы является ООО «Лечебно-диагностический центр ФармСибКо».

В адрес Красноярского УФАС России не поступало документально подтвержденных доказательств устранения нарушения требований Федерального закона «О рекламе».

На основании изложенного, руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального Закона №38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42, 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей Рекламу, распространяемую ООО «Лечебно-диагностический центр ФармСибКо», поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».
2. Выдать ООО «Лечебно-диагностический центр ФармСибКо» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Красноярского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 КоАП РФ. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии О.П. Харченко

Члены Комиссии О.А. Чуракова

В.С. Степанова

Степанова Варвара Сергеевна
(391) 265-02-19

ООО «Лечебно-диагностический центр ФармСибКо»

ПРЕДПИСАНИЕ № 342 О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

«30» ноября 2011 года

г. Красноярск

Комиссия Красноярского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: Председатель Комиссии - Харченко О.П., заместитель руководителя управления – начальник аналитического отдела, члены Комиссии: О.А. Чуракова, В.С. Степанова, на основании своего решения от 30 ноября 2011 года по делу № 342 о признании ненадлежащей рекламы медицинских услуг, распространяемой ООО «Лечебно-диагностический центр ФармСибКо», в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального Закона №38-ФЗ «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ООО «Лечебно-диагностический центр ФармСибКо» в пятнадцатидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: исключить распространение рекламы медицинских услуг следующего содержания:

«Гастроскопия – это единственный точный метод обследования желудка
Медюнион Русско-Американский медицинский центр ... Гастроскопию нужно
пройти каждому человеку и первую процедуры желательно сделать в 18 лет. Если
все органы пищеварения в норме, то данная процедура показана раз в 5 лет, а в
возрасте после 40 – ежегодно. Гастроскопию проводят при таких жалобах, как
изжога, боль в животе, связанная с приемом пищи, голодные боли, а так же с
профилактической целью. ... Можно точно выявить патологию, ее локализацию. ...И
кроме диагностики – одновременно с ФГС можно еще и делать несложные
операции на желудке. ... Русско-Американский медицинский центр «Медюнион» г.
Красноярск ул. Никитина 1 «В» тел. (391) 220-98-68, 220-98-58, 220-98-86 адрес в
интернете: www.ldcmedunion.ru Возможны противопоказания, необходима
консультация специалиста», нарушающей требования части 7 статьи 5, части 7
статьи 24 Федерального закона «О рекламе», либо привести рассматриваемую
рекламу в соответствии с требованием части 7 статьи 5, части 7 статьи
24 Федерального закона «О рекламе».

2. ООО «Лечебно-диагностический центр ФармСибКо» представить в пятидневный
срок с момента исполнения пункта 1 настоящего предписания в адрес управления
доказательства прекращения нарушения законодательства о рекламе.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении
нарушения законодательства о рекламе Красноярское УФАС России вправе в
соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об
административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в
размере от пяти тысяч до десяти тысяч рублей; на юридических лиц – от двухсот
тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Председатель Комиссии О.П. Харченко

Члены Комиссии О.А. Чуракова

В.С. Степанова

Степанова Варвара Сергеевна
(391) 265-02-19

- [reshenie_i_predpisanie_ooo_ldc_farmsibko.doc](#)