

ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

Управление по Кировской области

610019, г. Киров обл., ул. К.Либкнехта, 69, тел. 64-73-31

от "14" апреля 2011 г.

г. Киров

РЕШЕНИЕ

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:  
Председателя Комиссии – <.....> – руководителя управления и членов Комиссии –<.....> – ведущего специалиста-эксперта отдела финансовых рынков и рекламы, <.....> – ведущего специалиста-эксперта отдела финансовых рынков и рекламы; в присутствии:  
< > – представителя ООО «Карат» по доверенности от 06.07.2010 года;  
протокол вела <.....> – специалист 2 разряда отдела финансовых рынков и рекламы;  
рассмотрев дело № 12 по признакам нарушения ООО «Карат» ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г.,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области обратилась < > с заявлением о нарушении ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе» № 38 от 13.03.2006 года при размещении рекламы в газете «Бизнес новости в Кирове».

По мнению заявителя, нарушение заключается в следующем.

В газете «Бизнес новости в Кирове» № 15 (71) от 19.04.2010 года на 4 странице в статье под названием: «**Отличный выбор для всей семьи**» размещена реклама санатория «Митино». В тексте статьи указана следующая информация: «**Эффективное лечение и полноценное физическое и эмоциональное восстановительное на основании традиционных и нетрадиционных методик. Санаторий «Митино» предлагает комплексное восстановительное лечение и профилактику заболеваний: органов дыхания, пищеварения, опорно-двигательного аппарата, сердечно-сосудистой, нервной системы, эндокринной, мочеполовой системы. Применяется водо- и грязелечение, физиотерапия, спелеотерапия, рефлексотерапия, озонотерапия, магнитотерапия, мануальная терапия, лечение нафталанном, пиявками и многое другое...**».

Заявитель считает, что при рекламе медицинских услуг нет указания на возможность противопоказаний к их применению и необходимости получения консультации специалиста, а это в свою очередь является нарушением ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе».

Опубликование рекламной статьи с указанием конкретных медицинских услуг без предупреждения о наличии противопоказаний к их применению и использованию содержит признаки нарушения ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».

Рекламораспространителем газеты «Бизнес новости в Кирове» является ООО «Карат», что подтверждается информацией в выходных данных газеты.

Так как, за нарушение ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе» ответственность в соответствии с ч. 7 ст. 38 закона несет рекламораспространитель, в отношении ООО «Карат» было возбуждено производство по делу.

К заседанию Комиссии, назначенному на 14.04.2011 года, документы, запрошенные определением о возбуждении дела № 12 по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, поступили в полном объеме.

Заявитель – < >. на рассмотрение дела не явилась, о дате, времени и месте рассмотрения дела извещена надлежащим образом (почтовое уведомление № 36017187 от 02.04.2011 г.).

На заседании Комиссии представитель по доверенности ООО «Карат» < > факт нарушения рекламного законодательства признал и пояснил следующее: «Рекламная статья с нарушением рекламного законодательства была размещена только в одном номере газеты. В дальнейшем, при выпуске других номеров газеты, данное нарушение было устранено. Кроме того, с момента размещения спорной рекламы практически истек годичный срок давности привлечения к административной ответственности».

Изучив имеющиеся материалы и выслушав всех лиц участвующих в деле, Комиссия установила, что ООО «Карат» нарушило ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».

Выводы комиссии основаны на следующем:

Согласно ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 года №38-ФЗ «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, размещенная в статье под названием «Отличный выбор для всей семьи» № 15 (71) от 19.04.2010 года на 4 странице газеты «Бизнес новости в Кирове» является рекламной, так как предназначена для неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования и поддержанию интереса к нему, его продвижению на рынке, по своему характеру разовым предложением не является.

Согласно ч. 1 ст. 5 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускается.

Ненадлежащей признается реклама не соответствующая требованиям законодательства РФ (ст. 3 Закона).

В соответствии с частью 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.**

Целью размещения в рекламе предупредительной информации такого рода является обеспечение правильного приема лекарственных препаратов, получения медицинских услуг и надлежащей эксплуатации медицинской техники.

Отраслевой стандарт «Термины и определения системы стандартизации в здравоохранении», утвержденный Приказом

Министерства здравоохранения Российской Федерации от 22.01.2001 № 12, определяет понятие медицинской услуги, как мероприятие или комплекс мероприятий, направленных на профилактику заболеваний, их диагностику и лечение, имеющих самостоятельное законченное значение и определенную стоимость.

Раздел 17 отраслевого классификатора «Простые медицинские услуги» (ОК ПМУ 91500.09.0001-2001), утвержденного приказом Министерства здравоохранения Российской Федерации от 10.04.2001 № 113, относит **физиотерапию** и **магнитотерапию** к методам электромагнитного лечебного воздействия на органы и ткани. Раздел 21 классификатора относит **мануальную терапию** и **рефлексотерапию** к лечению с помощью простых физических воздействий на пациента.

Как видно из материалов дела, рекламная статья направлена на привлечение внимания к таким медицинским услугам как: физиотерапия, магнитотерапия, мануальная терапия, рефлексотерапия, т.е. содержит приглашение на получение данных услуг. Рассматриваемая реклама является ненадлежащей, так в ней отсутствует необходимое предупреждение, установленное ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе», в том числе и для рекламы медицинских услуг.

Согласно ч. 7 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных ч. 7 ст. 24 закона несет рекламодатель, которым является учредитель и издатель газеты – ООО «Карат». Нарушение произошло по вине данного Общества.

Учитывая то, что спорная реклама, размещенная в газете «Бизнес новости в Кирове», была опубликована только в одном номере газеты и в настоящее время не распространяется, антимонопольный орган считает нецелесообразным выдавать ООО «Карат» предписание об устранении нарушения рекламного законодательства.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 4 настоящей статьи, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, 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.

Согласно ст. 2.4 Кодекса РФ об административных правонарушениях должностное лицо несет ответственность в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

Должностным лицом ООО «Карат» является главный редактор газеты «Бизнес новости в Кирове» - < > который согласно Уставу редакции, руководит текущей деятельностью редакции, принимает окончательное решение о производстве и выпуске всех материалов газеты и несет ответственность за соблюдение действующего законодательства.

Вместе с тем, спорная статья была размещена в газете 19.04.2010 года и на момент изготовления решения в полном объеме истекает годичный срок давности привлечения к административной ответственности, предусмотренный статьей 4.5 КоАП РФ.

Согласно статье 24.5 КоАП РФ производство по делу об административном правонарушении не может быть начато, а начатое производство подлежит прекращению, в том числе и при истечении сроков давности привлечения к административной ответственности.

Поэтому Комиссия решила не передавать уполномоченному должностному лицу материалы для возбуждения дела об административном правонарушении.

Руководствуясь ч. 7 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, Комиссия

#### РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу следующего содержания: **«Эффективное лечение и полноценное физическое и эмоциональное восстановление на основании традиционных и нетрадиционных методик. Санаторий «Митино» предлагает комплексное восстановительное лечение и профилактику заболеваний: органов дыхания, пищеварения, опорно-двигательного аппарата, сердечно-сосудистой, нервной системы, эндокринной, мочеполовой системы. Применяется водо- и грязелечение, физиотерапия, спелеотерапия, рефлексотерапия, озонотерапия, магнитотерапия, мануальная терапия, лечение нафталанном, пиявками и многое другое...»**, размещенную в газете «Бизнес новости» № 15 (71) от 19.04.2010 года, так как она противоречит требованиям ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».

2. Признать ООО «Карат» нарушившим ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».

3. ООО «Карат» в связи с тем, что в настоящее время спорная реклама не распространяется, не выдавать предписание об устранении нарушения рекламного законодательства.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в трехмесячный срок.

Решение изготовлено в полном объеме 28 апреля 2011 года.

Председатель Комиссии

<.....>

Члены Комиссии

<.....>

<.....>