

РЕШЕНИЕ

по делу № 08/286-15

08 июля 2015 года

г. Севастополь

Резолютивная часть решения объявлена 08 июля 2015 года.

Решение изготовлено в полном объеме 17 июля 2015 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Крым и городу Севастополю (далее – Управление, Крымское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

«.....»

рассмотрев материалы по признакам нарушения Обществом с ограниченной ответственностью «Стоматологический кабинет «Витязь» (далее - ООО «СК «Витязь») требований части 7 статьи 24 Федерального Закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в присутствии: генерального директора ООО «СК «Витязь» (далее – Ответчик),

УСТАНОВИЛА:

10 апреля 2015 года Управлением в ходе осуществления государственного контроля по соблюдению законодательства Российской Федерации о рекламе выявлена реклама: «Современная стоматология; Витязь; лечение, реставрация, протезирование, фотоотбеливание, имплантация; ул. Адм. Октябрьского 13...», размещенная на рекламной конструкции (сити-лайт), установленной с правой стороны дороги по ул. Адм. Октябрьского в направлении спуска от пл. Восставших в сторону ул. Очаковцев напротив дома №14 по ул. Адм. Октябрьского, о чем составлен Акт осмотра объектов наружной рекламы (рекламных конструкций) от 10 апреля 2015 года с приложением фотоматериалов.

В соответствии с пунктом 1 статьи 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, 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.

Рассматриваемая информация, в соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе, является рекламой, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формированию или поддержанию интереса к нему и его продвижению на рынке.

В соответствии с частью 7 статьи 24 Закона о рекламе, реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

На основании пункта 3 Положения о лицензировании медицинской деятельности (за исключением указанной деятельности, осуществляемой медицинскими организациями и другими организациями, входящими в частную систему здравоохранения, на территории инновационного центра «Сколково»), утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 16 апреля 2012 года № 291 (далее – Положение), медицинскую деятельность составляют 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 осмотров, 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.

Согласно приложению к указанному Положению о лицензировании медицинской деятельности, стоматология включена в перечень работ (услуг), составляющих медицинскую деятельность.

В соответствии с приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 27 декабря 2011 года № 1664н «Об утверждении номенклатуры медицинских услуг» (далее – приказ Министерства здравоохранения № 1664н), номенклатура включает в себя следующие медицинские услуги: протезирование зуба с использованием имплантата (код медицинской услуги А16.07.006), профессиональное отбеливание зубов (код медицинской услуги А16.07.050), операция установки имплантатов для дальнейшего зубопротезирования (код медицинской услуги А16.07.054).

Таким образом, рассматриваемая реклама медицинских услуг не соответствует части 7 статьи 24 Закона о рекламе, так как в ней отсутствует предупреждение о наличии противопоказаний или получения консультации специалистов.

В силу части 4 статьи 3 Закона о рекламе, ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации. А одной из целей Закона о рекламе, согласно статье 1, является пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Пунктом 5 статьи 3 Закона о рекламе определено, что рекламодатель – это

изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно материалам дела, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «СК «Витязь».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе, рекламодатель несет ответственность за нарушение части 7 статьи 24 названного Федерального закона.

При указанных обстоятельствах, в рассматриваемых действиях ООО «СК «Витязь», усматривается наличие события административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 5 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях от 30 декабря 2001 года N 195-ФЗ (далее – Кодекс).

В представленных письменных пояснениях по делу №08/286-15 и в ходе рассмотрения дела генеральный директор ООО «СК «Витязь» нарушение обществом законодательства о рекламе отрицал. Он утверждал, что не общество является рекламодателем указанной рекламы, а «ФЛП Шереко Е.В.», который в 2014 году прекратил свою деятельность. ООО «СК «Витязь» «содержание рекламы не утверждало», а только «продолжает оплачивать рекламные плоскости для сохранения их за предприятием».

Также, Ответчик утверждал, что конструкция, на которой размещена рассматриваемая реклама, является не рекламной, а информационной конструкцией.

Наряду с этим, Ответчик считает, что вышеуказанная реклама не может считаться рекламой медицинских услуг, а является рекламой медицинской деятельности предприятия, «соответственно требования части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе» №38-ФЗ на спорную рекламу не распространяются».

Однако, в соответствии с пунктом 3.4.1. договора от 02 января 2015 №21/01-15 на проведение рекламной компании, заключенного между ООО «СК «Витязь» и рекламодателем данной рекламы (индивидуальным предпринимателем Г. М.Г. (далее – ИП Г.М.Г.)), заказчик (ООО «СК «Витязь») обязуется не менее, чем за 3 рабочих дня до начала рекламной компании, указанной в приложении к договору, или до даты размещения (распространения) рекламы предоставлять исполнителю (ИП Г.М.Г.) контрольный макет рекламы на любом носителе, а также другую документацию, связанную с содержанием рекламы.

Согласно приложениям №1 и №2 к договору от 02 января 2015 №21/01-15, вышеуказанная реклама с сюжетом стоматологии размещалась с января по май месяц 2015 года за согласованную оплату, что подтверждается соответствующими ежемесячными актами выполненных работ, счетами на оплату, платежными поручениями, подписанными заказчиком и исполнителем.

Таким образом, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «СК «Витязь».

В соответствии с частью 1 статьи 19 Закона о рекламе, распространение

наружной рекламы с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, проекционного и иного предназначенного для проекции рекламы на любые поверхности оборудования, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения (далее - рекламные конструкции), монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта осуществляется владельцем рекламной конструкции, являющимся рекламодателем, с соблюдением требований настоящей статьи. Владелец рекламной конструкции (физическое или юридическое лицо) - собственник рекламной конструкции либо иное лицо, обладающее вещным правом на рекламную конструкцию или правом владения и пользования рекламной конструкцией на основании договора с ее собственником.

На основании пункта 2 «Правил размещения и содержания информационных конструкций в городе Севастополе», утвержденных Постановлением Правительства Севастополя от 17 октября 2014 года №396, информационная конструкция - объект благоустройства, выполняющий функцию информирования населения города Севастополя и соответствующий требованиям, установленным настоящими Правилами. Общая площадь информационной конструкции не должна превышать 2,0 кв. м. В случае, когда площадь информационной конструкции превышает 2,0 кв. м., она считается объектом наружной рекламы и требует получения разрешения в установленном Правительством Севастополя порядке.

Указанная выше реклама размещалась на конструкции общей площадью более 2,0 кв.м., владелец этой конструкции получил соответствующее разрешение на ее установку и эксплуатацию в правительстве города.

Следовательно, конструкция, на которой размещалась рассматриваемая реклама, является рекламной.

Пункт 10 статьи 2 Федерального закона от 21 ноября 2011 года №323-ФЗ "Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации" раскрывает содержание понятия "медицинская деятельность", под которой понимается профессиональная деятельность по оказанию медицинской помощи, проведению медицинских экспертиз, медицинских осмотров и медицинских освидетельствований, санитарно-противоэпидемических (профилактических) мероприятий и профессиональная деятельность, связанная с трансплантацией (пересадкой) органов и (или) тканей, обращением донорской крови и (или) ее компонентов в медицинских целях. В силу статьи 2 названного закона, медицинская услуга - медицинское вмешательство или комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение.

Как следует из пункта 22 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08 октября 2012 года №58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе", понятие "медицинская деятельность" шире, чем понятие "медицинская услуга", в связи с этим судам необходимо учитывать, что правила, установленные частью 7 статьи 24 Закона о рекламе, не распространяются на рекламу медицинской

деятельности, не связанной с оказанием медицинских услуг и лекарственными средствами.

Как отмечалось выше, понятие и перечень медицинских услуг определены Номенклатурой медицинских услуг, утвержденной приказом Министерства здравоохранения №1664н.

Из содержания распространяемой обществом рекламы следует, что указание в ней таких слов, как реставрация, протезирование, фотоотбеливание, имплантация, очевидно ассоциируется у потребителя не с самим фактом осуществления медицинской деятельности, а с конкретным перечнем оказываемых медицинских услуг, и направлено на привлечение внимания к медицинским услугам, которые оказываются ООО «СК «Витязь».

Руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37–42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17 августа 2006 года № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу рекламодателя ООО «СК «Витязь» следующего содержания: «Современная стоматология; Витязь; лечение, реставрация, протезирование, фотоотбеливание, имплантация; ул. Адм. Октябрьского 13...», распространенную на рекламной конструкции (сити-лайт), размещенной с правой стороны дороги по ул. Адм. Октябрьского в направлении спуска от пл. Восставших в сторону ул. Очаковцев напротив дома №14 по ул. Адм. Октябрьского, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

2. Не выдавать ООО «СК «Витязь» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в связи с добровольным устранением нарушения.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренного частью 5 статьи 14.3 Кодекса.