

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА № 126/16 ПО ПРИЗНАКАМ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

«15» ноября 2016 г.

г.Новосибирск

Председатель Комиссии Новосибирского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, И.В. Волохина – заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы, рассмотрев заявление физического лица обращения физического лица (вх. № 5648, 5649, 5650 от 22.06.2016 г.) по факту размещения в июне 2016 г. в лифте многоквартирного жилого дома по ул. Гэсстроевская, 2/1 в г. Новосибирске информации следующего содержания:

«Маммологический центр «Вера»/Станиславского, 3/1, 4-й этаж/УЗИ /низкие цены/ЛОР <...>/прием детей (0+) и взрослых / диагностика и лечение всех видов амбулаторной ЛОР-патологии/292 05 95 / 292 78 42...», с признаками нарушения Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛ:

В адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Новосибирской области поступили заявления физического лица (вх. № 5648, № 5650 от 22.06.2016г.), по факту размещения в июне 2016 г. в лифте многоквартирного жилого дома по ул. Гэсстроевская, 2/1 в г. Новосибирске информации следующего содержания: «Маммологический центр «Вера»/Станиславского, 3/1, 4-й этаж/УЗИ /низкие цены/ЛОР <...>/прием детей (0+) и взрослых / диагностика и лечение всех видов амбулаторной ЛОР-патологии/292 05 95 / 292 78 42...».

По мнению заявителя, в указанной рекламе отсутствует обязательная предупредительная надпись о наличии противопоказаний.

Согласно 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. Рассматриваемая информация является рекламной, т.к. привлекает внимание неопределенного круга лиц к товару, указанному в объявлении, и способствует его продаже, что в полной мере соответствует определению, указанному в Законе о рекламе.

Объектом рекламирования, согласно п.2 ст. 3 Закона о рекламе, является 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.

Товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (п.3 ст.3 Закона о рекламе).

Рассматриваемая информация обладает всеми признаками, указанными в

Законе, следовательно, является рекламной.

Согласно ч. 7 ст. 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. 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 пункта 4 Положения о лицензировании медицинской деятельности, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 22.01.2007 N 30, медицинская деятельность предусматривает выполнение работ (услуг) по оказанию доврачебной, амбулаторно-поликлинической, стационарной, высокотехнологичной, скорой и санаторно-курортной медицинской помощи в соответствии с перечнем согласно приложению.

В соответствии с отраслевым стандартом "Термины и определения системы стандартизации в здравоохранении", утвержденным приказом Министерства здравоохранения Российской Федерации 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.

Рассматриваемая рекламная информация, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, в том числе медицинским услугам по диагностике и лечению всех видов ЖОП-патологии, предоставляемой медицинским центром, формированию, поддержанию интереса к нему и продвижению на рынке медицинских услуг.

В рекламе указаны услуги, которые в соответствии с Номенклатурой медицинских услуг, утвержденной приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 27 декабря 2011 года N 1664н, относятся к медицинским услугам, следовательно, реклама таких услуг должна распространяться с соблюдением требований части 7 статьи 24 Закона о рекламе.

В данном случае обязательная предупредительная надпись в рекламе отсутствует.

Поскольку распространенная реклама направлена на формирование у потребителя желания воспользоваться услугами, то существенной является не только информация привлекательная для потребителя, но и информация способная обмануть ожидания, сформированные такой рекламой." Отсутствие информации с предупреждением о наличии противопоказаний при применении медицинских услуг (получении определенного назначенного лечения пациентом,

которому противопоказано назначенное лечение) необходимости предварительной консультации может привести к неблагоприятным последствиям для потребителя.

В соответствии со ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований ст. 8 Закона о рекламе несет рекламодатель.

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

На запрос Новосибирского УФАС России (исх. № 06-8019 от 11.08.2016 г., № 06-9155 от 12.09.2016 г.) ООО «Маммологический центр «Вера» ответ не представлен.

В данном случае, с учетом документов представленных рекламодателем - ИП Деминим Ю.А. (компания «ГринМедиа»), рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Маммологический центр «Вера».

Таким образом, в действиях ООО «Маммологический центр «Вера» усматриваются признаки нарушения ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу № 126/16 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

- заявитель: физическое лицо,

- лицо, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе: ООО «Маммологический центр «Вера» (ИНН 5408187890; адрес осуществления деятельности: ул. Станиславского, д.3/1, г. Новосибирск, 630108).

3. Назначить дело № 126/16 к рассмотрению на «15» декабря 2016г. в 10:00 часов по адресу г. Новосибирск, ул. Кирова, 3, к. 1007 (предварительная регистрация в кабинете 1008).

4. ООО «Маммологический центр «Вера» до «12» декабря 2016г. представить в адрес Новосибирского УФАС России:

- учредительные документы, свидетельства о регистрации и постановке на налоговый учет, о назначении руководителя

- документы, являющиеся основанием размещения и производства вышеуказанной рекламы (договоры с рекламодателями/рекламопроизводителями, заявки, счета, платежные документы, акты сдачи-приемки выполненных работ, согласованные макеты, заверенные и подписанные сторонами, электронная переписка о

согласовании макетов, иное);

- лицензию на осуществление медицинской деятельности со всеми приложениями.
- отзыв на данное определение.

Документы представляются в прошитом виде, в копиях, заверенных юридическим лицом, с сопроводительным письмом. В случае отсутствия какого-либо из перечисленных документов необходимы письменные пояснения.

В соответствии с ч.6 ст.19.8 Кодекса РФ об административных правонарушениях, непредставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных законодательством о рекламе, а равно представление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо представление недостоверных сведений (информации) - влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двух тысяч до десяти тысяч рублей; на юридических лиц - от двадцати тысяч до двухсот тысяч рублей.

Явка представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, с надлежащим образом оформленной доверенностью на участие в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, обязательна. Кроме того, обращаем Ваше внимание, в доверенности представителя общества должна содержаться ссылка на представление интересов в антимонопольном органе (Новосибирском УФАС России) с указанием номера дела, включая право на получение приглашения на составление протокола об административном правонарушении представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе.