

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан по рассмотрению дел о нарушении законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии: <...> – (должностное лицо)

Члены Комиссии: <...> – (должностное лицо)

<...> – (должностное лицо)

в отсутствие представителя ООО «НИКА», о времени и месте рассмотрения дела уведомлённого надлежащим образом, рассмотрев дело №016/05/5-1067/2019 в отношении ООО «НИКА» на предмет соблюдения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛА:

В ходе проведения плановой выездной и документарной проверки в отношении Исполнительного комитета Нижнекамского муниципального района Республики Татарстан Инспекцией Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан была обнаружена реклама медицинских услуг на рекламных щитах с текстом: «Медицинские анализы» по адресам: г. Нижнекамск, проспект Химиков 29; г. Нижнекамск, проспект Строителей (возле дома 42), что имеет признаки нарушения части 7 статьи 5 Закона о рекламе (Рисунок 1, 2).

В пункте 1 статьи 3 Закона о рекламе дано понятие рекламы - это 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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе объектом рекламирования 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.

Учитывая правовой смысл и содержание приведенных понятий рекламы и объекта рекламирования, информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах, а также об изготовителе (продавце) такого товара, то есть объекту рекламирования в целом.

Информация, размещенная в вышеуказанной рекламе, содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; распространена посредством размещения на рекламных конструкциях; преследует строго заданные цели информирования: продвижение на рынке, призвана формировать и поддерживать интерес к услугам и товарам, предоставляемым, производимым соответствующим рекламодателем.

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. 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).

Согласно пункту 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 8 октября 2012 г. N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

Понятие и перечень медицинских услуг определены Номенклатурой медицинских услуг, утвержденной Приказом Минздрава России от 13.10.2017 N804н «Об утверждении номенклатуры медицинских услуг». Так, согласно номенклатуре медицинские анализы, такие как:

V03.015.004	Фазовый анализ сердечного цикла
V03.016.002	Общий (клинический) анализ крови
V03.016.003	Общий (клинический) анализ крови развернутый
V03.016.004	Анализ крови биохимический общетерапевтический
V03.016.005	Анализ крови по оценке нарушений липидного обмена биохимический
V03.016.006	Общий (клинический) анализ мочи

относятся к медицинским услугам, представляющим собой комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение.

В соответствии с частью 7 статьи 5 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.

Рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

Поэтому если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования (часть 7 статьи 5 Закона о рекламе).

При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не

обладающего специальными знаниями.

В рассматриваемой рекламе имеется предупредительная надпись с предупреждением о наличии противопоказаний, вместе с тем, данная не поддается прочтению.

Учитывая расположение данных рекламных конструкций непосредственно у проезжей части, что в свою очередь предполагает ее адресность и направленность в первую очередь на потребителей рекламы, находящихся в транспортных средствах, у потребителей рекламы ввиду количества времени для ее восприятия отсутствует возможность для целостного восприятия всей информации.

Таким образом, на данных рекламных конструкциях распространяется реклама медицинских услуг с нечитаемым предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, что является нарушением части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Согласно части 6 статьи 38 Закона о рекламе рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частями 2 - 8, 12 статьи 5, статьями 6 - 9, частями 4 - 6 статьи 10, статьей 12, частью 3 статьи 19, частями 2 и 6 статьи 20, частями 1, 3, 5 статьи 21, статьями 24 и 25, частями 1 и 6 статьи 26, частями 1 и 5 статьи 27, статьями 28 - 30.1 настоящего Федерального закона.

Рекламодателем является ООО «НИКА».

На заседание Комиссии 11.09.2019г. представителем ООО «НИКА» представлены письменные пояснения, согласно которым макет изготавливался для пешеходов при разработке макета произошла техническая ошибка, в связи с чем надпись оказалась слабо читаемой.

Также представителем ООО «НИКА» представлено ходатайство с просьбой отложить рассмотрение дела на более поздний срок в связи с отсутствием директора.

Согласно пункту 1.6 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного Приказом ФАС России от 23.11.2012 N 711/12 при рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - дело) Комиссия, состоящая из должностных лиц, вправе:

- привлекать экспертов, переводчиков, а также лиц, располагающих сведениями о рассматриваемых Комиссией обстоятельствах;
- в случае неявки на заседание Комиссии лиц, участвующих в деле и надлежащим образом извещенных о времени и месте рассмотрения дела, рассмотреть дело в их отсутствие;
- проводить аудио- или видеозапись заседания;
- запрашивать у лиц, участвующих в деле, документы, сведения и пояснения в письменной или устной форме по вопросам, возникающим в ходе рассмотрения дела;
- привлекать к участию в деле иных лиц;
- принять решение о запрете ведения лицами, участвующими в деле, аудиозаписи,

фиксирующей ход рассмотрения дела, в случае, если при рассмотрении дела оглашается информация, составляющая охраняемую законом тайну;

- исправить допущенные в решении и (или) предписании опiski, опечатки и арифметические ошибки.

В соответствии с пунктом 30 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 N508 рассмотрение дела в отсутствие сторон возможно лишь в случаях, если имеются данные об их своевременном извещении о месте и времени рассмотрения дела и если от них не поступило мотивированное ходатайство об отложении рассмотрения дела или указанное ходатайство не удовлетворено антимонопольным органом.

В связи с ограниченными сроками рассмотрения дела, а также отсутствием мотивированного ходатайства об отложении рассмотрения дела (уважительных причин неявки заявителя или его представителя, а также подтверждающих документов), Комиссия, рассмотрев ходатайство заявителя об отложении рассмотрения приняла решение об отказе в удовлетворении данного ходатайства.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В соответствии с частью 1 статьи 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с пунктами 1 и 2 Закона о рекламе реклама – это 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.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

Признать рекламу медицинских услуг ООО «НИКА», распространяемую по адресам: г. Нижнекамск, проспект Химиков 29; г. Нижнекамск, проспект Строителей (возле дома 42) с текстом: «Медицинские анализы» ненадлежащей, не соответствующей требованиям части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 N38-ФЗ «О рекламе».

Выдать ООО «НИКА» предписание об устранении нарушений требований действующего законодательства Российской Федерации о рекламе.

Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Татарстанского УФАС России для рассмотрения вопроса о необходимости возбуждения дела об административном правонарушении.

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

Председатель Комиссии:

<...> – (должностное лицо)

Члены Комиссии:

<...> – (должностное лицо)

<...> – (должностное лицо)