

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 058/05/24-596/2022

сентября 2022 года

г. Пенза, ул. Урицкого, 127

Резолютивная часть решения объявлена 13 сентября 2022 года.

иссия Пензенского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

смотрев дело № 058/05/24-596/2022, возбужденное в отношении индивидуального предпринимателя по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно по факту распространения рекламы медицинских услуг, содержащей признаки нарушения части 7 статьи 5; части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе»),

УСТАНОВИЛА:

Пензенское УФАС России поступило заявление ГБУЗ «Областной онкологический диспансер» по поводу распространения на рекламной конструкции, размещенной по адресу: г. Пенза, пр. Строителей, 37-А (рядом с ГБУЗ «Областной онкологический диспансер»), рекламы компании «Фитодар 58» с нарушением законодательства о рекламе.

Пензенским УФАС России определением от 16.08.2022 по факту распространения рекламы компании «Фитодар 58», размещенной на рекламной конструкции, размещенной по адресу: г. Пенза, пр. Строителей, 37-А (рядом с ГБУЗ «Областной онкологический диспансер»), возбуждено дело № 058/05/24-594/2022 по признакам нарушения части 7 статьи 5, части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе». К участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечен ИП .

на заседании Комиссии 13.09.2022 ИП . не присутствовал. В адрес Пензенского УФАС России представил ходатайство о рассмотрении дела № 058/05/24-594/2022 без его участия. Кроме того, факт нарушения законодательства о рекламе признал.

Исследовав представленные документы, Комиссия пришла к следующему выводу.

При рассмотрении заявления установлено, что на рекламной конструкции размещена информация следующего содержания: «ФИТОДАР 58. Если «химия» не помогает, пусть природа нам поможет! 48-03-03. Травы Пиявки. Прием специалистов» с изображением: девушки в белом халате, корзины с травами, банки с пиявками. Девушка рукой отодвигает лекарственные препараты).

ответствии со статьёй 3 ФЗ «О рекламе», рекламой является информация, пространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. При этом под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, производитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности или мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

ми словами, информация, признаваемая рекламой, должна удовлетворять следующим условиям, а именно:

• предназначаться для неопределенного круга лиц;

• привлекать, формировать и поддерживать интерес к объекту рекламирования;

• способствовать продвижению объекта рекламирования (товара) на рынке.

неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной зоны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования.

Согласно статье 3 ФЗ «О рекламе» в целях настоящего Федерального закона используются следующие основные понятия: товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация, распространяемая на рекламной конструкции, установленной по адресу: г. Пенза, пр. Строителей, 37-А (рядом с ГБУЗ «Областной онкологический пансион»), отвечает всем признакам рекламы, а именно: адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к услугам пансионата «Фитодар 58», формируют и поддерживают интерес к данным услугам и способствуют их продвижению на рынке.

В соответствии с приказом Минздрава России от 13.10.2017 №804н «Об утверждении номенклатуры медицинских услуг» постановка пиявок является медицинской услугой, код данной услуги – А14.05.001.

В соответствии с частью 7 статьи 24 ФЗ «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

пять процентов рекламной площади (рекламного пространства). Требования гоящей части не распространяются на рекламу, распространяемую в местах ведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, ренций и иных подобных мероприятий, а также в предназначенных для ицинских и фармацевтических работников специализированных печатных зниях, и на иную рекламу, потребителями которой являются исключительно ицинские и фармацевтические работники.

кольку потребителями рассматриваемой рекламы не являются исключительно ицинские и фармацевтические работники, на данную рекламу пространяются требования части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе».

ышеуказанной рекламе предупреждение о наличии противопоказаний и бходимости получения консультации специалистов отсутствует, довательно, в рассматриваемой рекламе содержатся признаки нарушения бований части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе».

ответствии с положениями части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе» не допускается лама, в которой отсутствует часть существенной информации о ламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители ламы.

кольку распространение рекламы медицинских услуг направлено на мирование у потребителя желания воспользоваться ими, то существенной иется не только информация, привлекательная для потребителя, но и ормация, способная обмануть ожидания, сформированные такой рекламой. утствие информации с предупреждением о наличии противопоказаний при зании медицинских услуг и необходимости предварительной консультации :ет привести к неблагоприятным последствиям.

им образом, рассматриваемая реклама содержит признаки нарушения части атьи 5, части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе».

асно пункту 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая бованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

ответствии с частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ьтственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 24 знодательства Российской Федерации о рекламе несет ламораспространитель.

:ламораспространителем рассматриваемой рекламы является дивидуальный предприниматель.

асно статье 1 Закона о рекламе, целями данного закона являются развитие ков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной суренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического странства, реализации права потребителей на получение добросовестной и товерной рекламы, предупреждение нарушения законодательства

сийской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

в соответствии с пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения берет на себя (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное нарушение предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Статьей 33 Закона о рекламе предусмотрены полномочия антимонопольного органа на осуществление государственного надзора в сфере рекламы, в частности, выдавать рекламодателям, рекламораспространителям, рекламопроизводителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

При рассмотрении дела установлено, что реклама компании «Фитодар 58», размещенная на рекламной конструкции, установленной по адресу: г. Пенза, пр. Строителей, 37-А (рядом с ГБУЗ «Областной онкологический диспансер»), нарушена.

В связи с чем, Комиссия Пензенского УФАС России приходит к выводу о предписании ИП не выдавать.

В силу части 4 статьи 38 ФЗ «О рекламе» нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Исходя из части 2 пункта 1 статьи 33, части 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42-47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе от 24.11.2020 № 1922, Комиссия

РЕШИЛА:

признать ненадлежащей рекламу: «ФИТОДАР 58. Если «химия» не может, пусть природа нам поможет! 48-03-03. Травы Пиявки. Прием специалистов» (с изображением: девушки в белом халате, корзины с травами, банки с пиявками. Женщина рукой отодвигает лекарственные препараты), распространяемую ИП на рекламной конструкции, установленной по адресу: г. Пенза, пр. Строителей, 37-А (рядом с ГБУЗ «Областной онкологический диспансер»), поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе».

Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе не авать.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу женского УФАС России для возбуждения дела об административном вонарушении, предусмотренном частью 5 статьи 14.3 Кодекса Российской ,ерации об административных правонарушениях.