

РЕШЕНИЕ

по делу №Р-6/13-24

Резолютивная часть решения оглашена 14 августа 2013 года.

Решение в полном объеме изготовлено 26 августа 2013 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Адыгея (далее - Комиссия) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:

Женетль Аслан Шаханович – заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Адыгея (далее - Управление);

Члены комиссии:

Точиев Батыр Бесланович – начальник отдела контроля размещения государственного заказа и антимонопольного контроля органов власти Управления;

Ким Оксана Алексеевна - ведущий специалист – эксперт Управления; Рыбина Анна Тариеловна- ведущий специалист – эксперт Управления,

рассмотрев дело №Р-6/13-24 по признакам нарушения обществом с ограниченной ответственностью ЛОЦ «Арника» (далее – ООО ЛОЦ «Арника») (г. Майкоп, ул. Пионерская, 409, корп. 2) части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе) по факту распространения ненадлежащей рекламы медицинских услуг, в присутствии представителя ООО ЛОЦ «Арника» <...> - бухгалтера ООО ЛОЦ «Арника» (доверенность от 09.08.2013 №35)

УСТАНОВИЛА:

При осуществлении контроля за соблюдением Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), были выявлены признаки нарушения части 7 статьи 24 Закона о рекламе. Признаки нарушения выразились в распространении рекламного сообщения ООО ЛОЦ «Арника» об оказании медицинских услуг без указания предупреждения о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получению консультации специалистов, которому должно быть отведено не менее чем 5% рекламной площади. Распространение рекламного

материала осуществлялось в газете «Телеменю - программа» в №28 от 16.07.2013 на 4 странице следующего содержания: « ЛОЦ «АРНИКА, УЗИ, ГИНЕКОЛОГ, КАРДИОЛОГ, НЕВРОЛОГ, УРОЛОГ, ГАСТРОЭНТЕРОЛОГ, ЭНДОКРИНОЛОГ, ПРОЦЕДУРНЫЙ КАБИНЕТ, ГАСТРОПАНЕЛЬ, ОЗОНОТЕРАПИЯ, ГИРУДОТЕРАПИЯ, ЛЕЧЕБНЫЙ МАССАЖ; Лиц. №01-01-000133 от 9.11.10г. Адрес: ул. Пионерская, 409 корп. 2 (Черемушки, за галереями), тел. 51-51-24, 8-928-460-04-81, с 8.00 до 19.00, суб., воск.: с 9.00 до 14.00, с изображением в центре рекламы символа созидательного единства противоположностей во Вселенной (концепция инь и ян)» (вышеуказанная газета имеется в деле).

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе реклама – это 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.

Распространяемый в газете «Телеменю - программа» в №28 от 16.07.2013 на 4 странице вышеуказанный материал, подпадает под определение рекламы и содержит все её признаки: адресована неопределённому кругу лиц, является публичной и направлена на привлечение внимания у объектов рекламирования, распространяется с помощью средств размещения рекламы в газете «Телеменю - программа» в №28 от 16.07.2013 на 4 странице. Объектом рекламирования в данном случае являются медицинские услуги, оказываемые ООО ЛОЦ «Арника», а именно услуги озонотерапии, лечебного массажа, гастропанель, УЗИ (ультразвуковое исследование).

В соответствии с отраслевым стандартом «Термины и определения системы стандартизации в здравоохранении», утвержденным приказом Министерства здравоохранения Российской Федерации от 22.01.2001 №12, медицинская услуга – это мероприятие или комплекс мероприятий, направленных на профилактику заболеваний, их диагностику и лечение, имеющих самостоятельное законченное значение и определенную стоимость.

Согласно Общероссийскому классификатору услуг населению ОК 002-93 (ОКУН), утвержденному постановлением Госстандарта Российской Федерации от 28.06.1993 №163 (в ред. от 12.12.2012г.), группа «медицинские услуги» (код 8) состоит, в том числе из таких услуг как: «оказание услуг врачами», «консультации и лечение врачами - специалистами», «массаж».

В соответствии с номенклатурой медицинских услуг, утвержденной приказом Минздравсоцразвития Российской Федерации от 27.12.2011 №1664 н "Об утверждении номенклатуры медицинских услуг" (Зарегистрирован в Минюсте РФ 24.01.2012 N 23010), перечень медицинских услуг разделен на два класса: «А» и «В».

Класс «А» включает в себя, в том числе, такие медицинские услуги как озонотерапия, массаж, ультразвуковое исследование, представляющие собой определенные виды медицинских вмешательств, направленные на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющие самостоятельное законченное значение.

Класс «В» включает в себя, в том числе, такие медицинские услуги как клиническая лабораторная диагностика (гастропанель), ультразвуковая диагностика,

диагностика и лечение, консультации, представляющие собой комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение.

Раздел 21 номенклатуры медицинских услуг, утвержденной Приказом Минздравсоцразвития РФ от 27.12.2011 №1664н, относит массаж к лечению с помощью простых физических воздействий на пациента.

В соответствии с частью 7 статьи 24 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. 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). Требования настоящей части не распространяются на рекламу, распространяемую в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, а также в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях, и на иную рекламу, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники.

В рассматриваемой рекламе медицинских услуг предупреждение о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получении консультации специалистов, которому должно быть отведено не менее чем 5% рекламной площади, отсутствует.

Определением о возбуждении дела по признакам нарушения Закона о рекламе от 19.07.2013 №1393 Управлением у ООО ЛОЦ «Арника» были запрошены следующие документы: письменное объяснение распространения указанной рекламы с признаками нарушения Закона о рекламе; договор с рекламодателем на распространение рассматриваемой рекламы в газете «Телемену - программа» в №28 от 16.07.2013 на 4 странице; копия свидетельства о регистрации юридического лица ООО ЛОЦ «Арника»; копии учредительных документов ООО ЛОЦ «Арника»; копии разрешительных документов на осуществление медицинской деятельности.

В своем письменном объяснении и на рассмотрении дела, представитель ООО ЛОЦ «Арника», признала факт нарушения, указав, что нарушение произошло по причине некомпетентности работника в вопросах законодательства о рекламе.

Также, представитель ООО ЛОЦ «Арника» обратила внимание на тот факт, что в срочном порядке выявленное нарушение в газете «Телемену - программа» было устранено, а также представила Комиссии газету «Телемену - программа» за 30 июля 2013 года с изменениями в вышеуказанной рекламе, соответствующими законодательству о рекламе.

Из текста договора №08 от 09.01.2013 года о выпуске и распространении газет с рекламно-информационным сообщением ООО ЛОЦ «Арника» следует, что «Заказчиком» является ООО ЛОЦ «Арника», а «Исполнителем» - ООО «Афиша». Таким образом, рекламодателем спорной рекламы является ООО ЛОЦ «Арника».

Согласно номенклатуре работ и услуг приложения №1 от 26.05.2011 г. к лицензии №ЛО-01-01-000157 от 26.05.2011г. на осуществление медицинской деятельности следует, что ООО ЛОЦ «Арника» оказывает следующие работы и услуги:

При осуществлении доврачебной медицинской помощи по: медицинскому массажу, сестринскому делу. Физиотерапии, функциональной диагностике. При осуществлении амбулаторно – поликлинической медицинской помощи, в том числе: а) при осуществлении первичной медико – санитарной помощи по: аллергологии и иммунологии, гастроэнтерологии, кардиологии, неврологии, оториноларингологии, пульмонологии, терапии, урологии, ультразвуковой диагностике, эндокринологии; б) при осуществлении медицинской помощи женщинам в период беременности, во время и после родов по: акушерству и гинекологии; в) при осуществлении специализированной медицинской помощи по: применению методов традиционной медицины.

Согласно Приказу Минздравсоцразвития РФ от 27.12.2011 №1664н «Об утверждении номенклатуры медицинских услуг» (Зарегистрирован в Минюсте РФ 24.01.2012 №2310), озонотерапия и лечебный массаж являются медицинской услугой с кодом А20.30.024 и А21.01.001 соответственно, а также клиническая лабораторная диагностика (гастропанель) и ультразвуковая диагностика (УЗИ) – это определенный тип медицинской услуги.

Исходя из вышеизложенного следует, что в рассматриваемой рекламе нарушены требования предусмотренные частью 7 статьи 24 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 11 статьи 5 Закона о рекламе при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации.

Изучив материалы, имеющиеся в деле, и выслушав представителя ООО ЛОЦ «Арника», Комиссия пришла к выводу, что в рассматриваемой рекламе нарушены требования предусмотренные частью 7 статьи 24 Закона о рекламе.

В силу пункта 4 статьи 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных статьей 24 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

Рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО ЛОЦ «Арника».

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа.

В настоящее время выявленное нарушение в газете «Телемену - программа» было

устранено ООО ЛОЦ «Арника» (газета «Телемену - программа» за 30 июля 2013 года с изменениями в вышеуказанной рекламе, соответствующими законодательству о рекламе имеется в деле). Таким образом, Комиссией принято решение предписание о прекращении нарушения – не выдавать, в связи с нецелесообразностью, так как в данное время нарушение устранено.

Руководствуясь статьей 3, частью 7 статьи 24, статьей 33, частями 1 и 2 статьи 36, статьей 38 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37-44 Правил рассмотрения дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу медицинских услуг ООО ЛОЦ «Арника», распространяющуюся в газете «Телемену - программа» в №28 от 16.07.2013 на 4 странице следующего содержания: « ЛОЦ «АРНИКА, УЗИ, ГИНЕКОЛОГ, КАРДИОЛОГ, НЕВРОЛОГ, УРОЛОГ, ГАСТРОЭНТЕРОЛОГ, ЭНДОКРИНОЛОГ, ПРОЦЕДУРНЫЙ КАБИНЕТ, ГАСТРОПАНЕЛЬ, ОЗОНОТЕРАПИЯ, ГИРУДОТЕРАПИЯ, ЛЕЧЕБНЫЙ МАССАЖ; Лиц. №01-01-000133 от 9.11.10г. Адрес: ул. Пионерская, 409 корп. 2 (Черемушки, за галереями), тел. 51-51-24, 8-928-460-04-81, с 8.00 до 19.00, суб., воск.: с 9.00 до 14.00, с изображением в центре рекламы символа созидательного единства противоположностей во Вселенной (концепция инь и ян)», в которой отсутствует предупреждение о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получению консультации специалистов, которому должно быть отведено не менее чем 5% рекламной площади, что является нарушением требований части 7 статьи 24 Закона о рекламе.
2. Признать ООО ЛОЦ «Арника» нарушившим часть 7 статьи 24 Закона о рекламе.
3. В соответствии с пунктом 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в связи с устранением данного нарушения (предоставлена газета «Телемену - программа» за 30 июля 2013 года с изменениями в вышеуказанной рекламе, соответствующими законодательству о рекламе) предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – не выдавать.
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в суд (арбитражный суд) в сроки, установленные законодательством Российской Федерации.

