

РЕШЕНИЕ

24 марта 2010 года

г. Пенза, ул.Урицкого, 127

Комиссия Пензенского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:

Авдеев А.И. – руководитель территориального управления

Члены Комиссии:

Володин В.А.- начальник отдела контроля размещения государственного заказа, органов власти и рекламы,

Кузмина М.В.- главный специалист-эксперт отдела контроля размещения государственного заказа, органов власти и рекламы, рассмотрев дело № 3-01/03-2010 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы, содержащей признаки нарушения части 7, части 11 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», в присутствии представителей:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – генерального директора ООО ЛДЦ «Твое здоровье» - <...>,

генерального директора ООО «Максимум» - <...>,

УСТАНОВИЛА:

В газете «Час Пик в дом-Пенза» №2 от 16.02.2010 стр.13 опубликовано рекламное объявление следующего содержания: «Фарм аборт. УЗИ, ЭКГ. Консультации врачей (маммолог, гинеколог, эндокринолог, невролог, уролог, ЛОР, кардиолог). Лечение мастопатии. Удаление родинок, бородавок врачами-онкологами. Мазки на ИППП, ПЦР. Криотерапия. Лиц. 58-01-000177 ЛДЦ «Твое здоровье»...».

Реклама медицинских услуг по искусственному прерыванию беременности должна содержать предупреждение о возможности наступления вредных последствий для здоровья женщины.

Кроме того, в вышеуказанной рекламе отсутствует предупреждение о наличии противопоказаний.

<...> (ООО ЛДЦ «Твое здоровье») на рассмотрении дела указал, что в начале февраля 2010 года в ООО ЛДЦ «Твое здоровье» обратилась гр. <...> с предложением разместить в газете «Час пик в дом – Пенза» рекламу медицинских услуг, оказываемых в ООО ЛДЦ «Твое здоровье». Гр. Боярова <...> самостоятельно оформила рекламный блок. Договор на распространение рекламы не заключался. Сроки изготовления рекламного блока не были оговорены. Газету и квитанцию об оплате услуг, Боярова С.Г. принесла после выпуска газеты 18 февраля 2010 года. Администратором медицинского центра была выдана сумма, указанная на квитанции об оплате в размере 1600 рублей. Подтверждением того, что ООО ЛДЦ «Твое здоровье» не является рекламодателем существует и тот факт, что газета «Час пик в дом – Пенза» №2 за февраль была выпущена 16 февраля, а исходя из квитанции к приходному кассовому ордеру №25 от 18.02.2010 видно, что оплата была произведена 18.02.2010. Редакция газеты выпустила рекламу без договора с рекламодателем и без оплаты за рекламу.

<...> (ООО «Максимум») на рассмотрении дела пояснила, что в ходе работы между менеджером по рекламе ООО «Максимум» и ООО ЛДЦ «Твое здоровье» была достигнута устная договоренность, предметом которой было размещение рекламы ООО ЛДЦ «Твое здоровье» в газете «Час пик в дом». После чего от ООО ЛДЦ «Твое здоровье» по электронной почте была прислана информация для изготовления макета рекламы. В процессе верстки газеты, макет был поставлен на полосу «Здоровье». Процесс верстки газеты представляет собой следующие этапы: 1) верстка газеты на компьютере; 2) вывод готовых полос на проверку (орфография, сверка рекламы с оригиналами информации присланной от заказчика, сопроводительная информация в рамках закона «О рекламе»), правки и дополнения делаются на выведенных на бумагу полосах; 3) корректировка на компьютере всех допущенных и найденных ошибок. В ходе проверки выверенных на бумагу полос, все необходимые правки и дополнения были написаны на полосах (в т.ч. и фраза в рекламе ООО ЛДЦ «Твое здоровье» предупреждающая о наличии противопоказаний и получения консультации специалистов, необходимая по закону «О рекламе»). Из-за невнимательности дизайнера, эта фраза была упущена и не поставлена в рекламу.

Изучив представленные документы, заслушав и исследовав доводы лиц, участвующих в рассмотрении дела, Комиссия пришла к следующему выводу:

В соответствии со статьёй 3 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006 №38-ФЗ (далее ФЗ «О рекламе»), рекламой является информация, распространённая 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, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

В соответствии с частью 7 статьи 24 ФЗ «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).

В соответствии с частью 11 статьи 24 ФЗ «О рекламе» реклама медицинских услуг по искусственному прерыванию беременности должна содержать предупреждение о возможности наступления вредных последствий для здоровья женщины.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных статьёй 24 законодательства Российской Федерации о рекламе несет рекламодатель.

Учитывая вышеизложенное, и, основываясь на фактических обстоятельствах дела, Комиссия пришла к выводу, что ООО ЛДЦ «Твое здоровье» не является рекламодателем. Редакция газеты выпустила рекламу без договора с рекламодателем.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1.Рекомендовать ООО ЛДЦ «Твое здоровье» при распространении рекламы (медицинских услуг, методов лечения) указывать пометку о наличии противопоказаний и получения консультации специалистов.

Решение изготовлено в полном объеме 29 марта 2010 года.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьёй 198 Арбитражного

процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

А.И. Авдеев

Члены Комиссии

В.А. Володин

М.В. Кузьмина