

...

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 063/05/24-836/2022

15 ноября 2022 года

г. Самара

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Самарской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии – ...

;

Члены Комиссии – ...

..

...

,

рассмотрев дело № 063/05/24-836/2022 возбужденное в отношении **ООО «Поликлиника ЛАУС ДЕО» (далее - Клиника СИТИЛАБ)** - (зарегистрировано по адресу: ()) по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно **части 7 статьи 24** Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (далее – ФЗ «О рекламе»),

в отсутствии представителя:

заявителя – ...

, лицо уведомлялось надлежащим образом посредством почтовой связи, что подтверждается отчетом об отслеживании отправления с идентификатором 80094877521641, атрибутом «вручение адресату» 27.10.2022 г., чеком ККМ от 19.10.2022 г., списком внутренних почтовых отправок № 208 (Партия 331);

в присутствии представителя:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

Клиника СИТИЛАБ – в лице генерального директора ...

, действующего на основании Устава (443068, г. Самара, ул. ...

записи – 06.03.2017, наименование регистрирующего органа – Межрайонная инспекция Федеральной налоговой службы № 20 по Самарской области, адрес регистрирующего орган – 443112, г. Самара, ул. Сергея Лазо, д. 2а, лицо уведомлялось надлежащим образом посредством почтовой связи, что подтверждается отчетом об отслеживании отправления с идентификатором 80094877521658, атрибутом «вручение адресату» 21.10.2022 г., чеком ККМ от 19.10.2022 г., списком внутренних почтовых отправок № 208 (Партия 331);

заинтересованного лица – _____

эксперта _____

переводчика _____

УСТАНОВИЛА:

В адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Самарской области (далее – Самарское УФАС России) поступило заявление гражданки ...

(вх. № 13616/22 от 12.10.2022) о возможном нарушении **части 7 статьи 24** ФЗ «О рекламе», выразившемся в отсутствии записи, содержащей предупреждение о имеющихся противопоказаниях и консультации специалиста на рекламной конструкции «Клиника СИТИЛАБ Отделение реабилитации позвоночника и суставов...Сочетание подводного, вертикального и сухого дозированного вытяжений...ручной и аппаратный массаж...подводный душ массаж, акватракцион...остеопатические процедуры...восстановительное лечение после инсульта», расположенной на стене здания по адресу: г. Самара, ул. Ново-Садовая, д. 140 литер Г.

Согласно пункту 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе», реклама – это 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе», объект рекламирования - 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.

Таким образом, рассматриваемая информация является рекламной и направленной на привлечение внимания к медицинским услугам от «Клиники СИТИЛАБ».

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.

Согласно данным, содержащимся в ЕГРЮЛ, Клиника СИТИЛАБ - (...).

Оператором связи телефонного номера ...

является мобильный оператор ООО «МАНГО ТЕЛЕКОМ».

Самарским УФАС России в рамках рассмотрения данного заявления был осуществлен запрос в ООО «МАНГО ТЕЛЕКОМ».

Согласно ответу, поступившему от ООО «МАНГО ТЕЛЕКОМ» (от 31.10.2022 вх. № 14607-ЭП/22) следует, что телефонный номер ...

предоставлен именно ООО «Поликлиника ЛАУС ДЕО» в рамках договора на оказание услуг связи от 06.06.2018, заключенного между ООО «Манго Телеком» и ООО «Поликлиника ЛАУС ДЕО».

На основании изложенного, а также исходя из буквального восприятия информации, размещенной по адресу: г. Самара, ул. Ново-Садовая, д. 140, Литер Г, указанная информация имеет, все признаки рекламы:

- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования – Отделение реабилитации позвоночника и суставов...Сочетание подводного, вертикального и сухого дозированного вытяжений...ручной и аппаратный массаж...подводный душ массаж, акватракцион...остеопатические

процедуры...восстановительное лечение после инсульта.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Федерального закона № 38-ФЗ ненадлежащей рекламой признается реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Указанная выше рекламная информация имеет признаки нарушения следующих требований ФЗ «О рекламе».

Согласно части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе» 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). 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.

Исходя из изложенного следует, что данная реклама нарушает часть 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе».

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 24-26 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Управление Самарского УФАС России возбудила производство по делу № 063/05/24-836/2022 от 18.10.2022 по признакам нарушения рекламного законодательства, назначила рассмотрение дела на 09.11.2022 года.

Клиника СИТИЛАБ исх. № 11/2022/02 предоставила письменные пояснения (от 02.11.2022 вх. № 14795/22), в которых указало, что вину свою признает, а также, что указанное нарушение возникло в сентябре текущего года по вине вандалов, которые нанесли граффити на часть наклеек на оконных и витринных проемах, из-за чего сменили часть наклеек. Для производства работ по замене наклеек на витринные проемы был заключен договор с ИП ...

, было согласовано техническое задание. На согласованном макете информация в силу части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе» была в полном объеме. В процессе монтажа, часть информации с наклеек было удалена из-за несоответствия размеров полотен, в результате чего и возникло указанное нарушение.

Также, в своих пояснениях Клиника СИТИЛАБ указала, что в настоящее время с ИП ...

(исполнитель работ) оперативно связались и договорились об устранении указанных нарушений.

На заседании Комиссии Клиника СИТИЛАБ поддержала свои доводы, ранее указанные в пояснениях.

Заслушав объяснения Клиника СИТИЛАБ, всесторонне рассмотрев, полно и объективно изучив и проанализировав материалы дела № 063/05/24-836/2022, приходит к следующим выводам.

В пункте 22 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами федерального закона «О рекламе» указано, что «... согласно части 7 статьи 24 Закона о рекламе, реклама лекарственных средств и медицинских услуг должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению...».

Согласно пункту 2 Письма ФАС России от 22.06.2020 № ДФ/52241/20 «О рекламе лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, методов народной медицины» указанная норма требует включать в содержание рекламы лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий один из видов предупреждения:

- о наличии противопоказаний к их применению и использованию;
- о необходимости ознакомления с инструкцией по применению объекта рекламирования;
- о необходимости получения консультации специалистов.

При этом в зависимости от вида объекта рекламирования рекламодатель самостоятельно вправе определить, какой из этих видов предупреждения использовать в рекламе.

Таким образом, реклама медицинских изделий, должна в каждом случае содержать предупреждение, предусмотренное частью 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе», что подтверждается постановлением Арбитражного суда Северо-Кавказского округа от 05.04.2018 № Ф08-2020/2018

по делу № А63-12383/2017, при этом, определением от 03.07.2018 № 308-КГ18-8316 по делу № А63-12383/2017 Верховный Суд Российской Федерации в передаче кассационной жалобы для рассмотрения в судебном заседании Судебной коллегии по экономическим спорам Верховного Суда Российской Федерации отказал.

В рекламе лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий, 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).

Вместе с тем ФЗ «О рекламе» не содержит норм, определяющих каким именно образом необходимо осуществлять размещение текста в рекламе.

Информация должна быть четко и ясно доведена до потребителей рекламы для адекватного восприятия.

По мнению специалистов ФАС России, площадь предупреждения следует рассчитывать исходя из соотношения площади всего рекламного макета (рекламного объявления) и площади пространства, занимаемой текстом предупреждения, что подтверждается постановлением Арбитражного суда Северо-Кавказского округа от 06.03.2020 N Ф08-946/2020 по делу № А63-12076/2019.

При этом, расчет площади такого предупреждения (надписи) осуществляется, исходя из аналогии с так называемым размером «кегля шрифта», принятым в издательском деле.

Согласно ГОСТу 29.130-97 - Издания. Термины. Определения. под размером «кегля шрифта» понимается размер шрифта, соответствующий расстоянию между верхней и нижней гранями литеры. Литера - металлический брусочек с выпуклым изображением печатного знака, употребляемый в типографском наборе.

Следовательно, реклама таких услуг должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

Таким образом, действия Клиники СИТИЛАБ содержат признаки нарушения части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе».

Приказом министерства здравоохранения России от 13.10.2017 № 804н

утверждена номенклатура медицинских услуг.

Перечень медицинских услуг разделен на два раздела: «А» и «В», построенные по иерархическому принципу.

Раздел «А» включает медицинские услуги, представляющие собой определенные виды медицинских вмешательств, направленные на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющие самостоятельное законченное значение, в том числе лечение с помощью простых физических воздействий на пациента (массаж, иглорефлексотерапия, мануальная терапия, остеопатия).

В связи с тем, что предупредительная надпись в спорной рекламе отсутствовала Комиссия усматривает нарушение части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе» в действиях ООО «Поликлиника ЛАУС ДЕО».

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных, статьей 24 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с пунктом 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно части 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных, частями 7-9 статьи 24 ФЗ «О рекламе».

Клиника СИТИЛАБ является рекламодателем и рекламодателем рассматриваемой рекламы, что подтверждается следующими обстоятельствами:

1. Служебной запиской от 18.10.2022 года;
2. Определением о возбуждении дела № 063/05/24-836/2022 и назначении дела к рассмотрению от 18.10.2022 года;
3. Ответом на запрос от 17.10.2022 исх. № 9457/8 ООО «Манго Телеком» от 31.10.2022 вх. № 14607-ЭП/22;
4. Письменными пояснениями ООО «ЛАУС ДЕО» от 02.11.2022 вх. №14795/22.

Одной из целей ФЗ «О рекламе» является реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы (статья 1 ФЗ «О рекламе»). Закон направлен на предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Регулирование отношений, возникающих в сфере распространения рекламы, имеет своей целью обеспечение эффективного баланса интересов потребителей рекламы и заказчиков рекламы, рекламопроизводителей и

рекламораспространителей.

Пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» установлено, что реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

У Самарского УФАС России отсутствуют сведения о том, что нарушение прекращено, в связи с чем Комиссия Самарского УФАС России пришла к выводу о выдаче предписания ООО «Поликлиника ЛАУС ДЕО» о прекращении нарушения рекламного законодательства.

На основании вышеизложенного и руководствуясь частью 1 статьи 36
ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42-50
Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ООО «Поликлиника ЛАУС ДЕО» нарушившим требования пункта 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе», выразившимся в отсутствии записи, содержащей предупреждение о имеющихся противопоказаниях и консультации специалиста на рекламной конструкции «Клиника СИТИЛАБ Отделение реабилитации позвоночника и суставов...Сочетание подводного, вертикального и сухого дозированного вытяжений...ручной и аппаратный массаж...подводный душ массаж, акватракцион...остеопатические процедуры... восстановительное лечение после инсульта», расположенной на стене здания по адресу: г. Самара, ул. Ново-Садовая, д. 140, литер Г.
2. Выдать предписание ООО «Поликлиника ЛАУС ДЕО» о прекращении нарушения рекламного законодательства.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Самарского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 5 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ООО «Поликлиника ЛАУС ДЕО».

Резолютивная часть решения оглашена 09 ноября 2022 года.

Решение изготовлено в полном объеме 15 ноября 2022 года.

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

Председатель Комиссии

...

Члены Комиссии

...

...