

РЕШЕНИЕ

Резолютивная часть решения оглашена «21» мая 2012 г.

Решение в полном объеме изготовлено «01» июня 2012 г.

г.

Новосибирск

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

председатель Комиссии: заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы Т.В. Лопаткина,

члены Комиссии: И.В. Волохина – главный специалист-эксперт отдела рекламы,

Е.А. Скоп – специалист-эксперт отдела рекламы,

Д.А. Былина – специалист-эксперт отдела рекламы,

рассмотрев дело № 38, возбужденное в отношении Общества с ограниченной ответственностью "СМИТРА" (ИНН 5407188394, адрес: 630073, г. Новосибирск, ул. Геодезическая, д. 2/1), по факту размещения в корпоративном издании «СМИТРА» осень 2011 г., на сайтах <http://news.ngs.ru/more/305777/> (январь 2012 г.) и <http://smitra.ru> (февраль 2012 г.), информации, с признаками нарушения:

- п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе): недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;

- ч.7 ст. 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),

в присутствии:

представителя лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения

законодательства о рекламе – «...»

У С Т А Н О В И Л А:

В рамках проведения мониторинга рекламной информации (журналов, полиграфической печатной продукции), распространяемой путем раскладки по стойкам в торговых центрах и бизнес-центрах г. Новосибирска на предмет соблюдения требований Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) в январе-феврале 2012 г., было установлено распространение корпоративного издания «СМИТРА», осень 2011 г., в здании бизнес-центра «Геос» на стойке, установленной в непосредственной близости от комнаты охраны, в котором содержится рекламная информация, с признаками нарушения законодательства о рекламе.

Кроме того, 31.01.2012 г. в адрес Новосибирского УФАС России поступило обращение (вх. № 234э) по факту размещения на сайте <http://news.ngs.ru/more/305777/> рекламной информации о медицинском учреждении «Смитра», в которой употребляются такие прилагательные как старейший, крупнейший.

Новосибирским УФАС России по данным фактам проведена проверка, в результате которой установлено следующее.

На оборотной стороне обложки корпоративного издания «СМИТРА», осень 2011 г., размещена информация, в том числе, следующего содержания:

«Смитра стоматология /специальное предложение!/Бесплатная консультация/Предложение действует до 31.12.2011 г./Скидка 30% на первое терапевтическое лечение зубов.../Бесплатное фторирование после лечения...».

Согласно Акту осмотра от 20.01.2012 г. на сайте <http://news.ngs.ru/more/305777/> размещена рекламная статья под заголовком «Поликлиника без очередей», в том числе, следующего содержания:

«...Пациенты самой крупной поликлиники левобережья «СМИТРА» знают, что это вполне осуществимо...»;

«...За 14 лет работы частная поликлиника «СМИТРА» выросла до уровня самого крупного многопрофильного медицинского учреждения на левом берегу «Оби...»;

«...Став самой крупной частной поликлиникой левобережья, «СМИТРА» не останавливается на достигнутом...».

«...Сегодня в городе много медицинских центров и клиник, однако, удалить родинку или справиться с проблемой вросшего ногтя по-прежнему непросто. В государственных поликлиниках очереди, а в частных ведется в основном консультативный прием. Частная поликлиника «СМИТРА» сделала шаг навстречу пациентам и открыла кабинет амбулаторной хирургии...Теперь большинство «мелких» с точки зрения стационара манипуляций можно почти всегда произвести в день обращения после консультации с хирургом высшей категории...».

Согласно Акту осмотра от 06.02.2012 г., в феврале 2012 г. на официальном

сайте медицинского учреждения «СМИТРА» <http://smitra.ru/> размещалась информация, в том числе, следующего содержания:

«...Проблемами сосудов ног в нашей поликлинике занимается врач первой категории - Моногова Наталья Михайловна. На разных стадиях заболевания используются разные методы лечения, в т.ч. метод склерозирования - безоперационного лечения варикозного расширения вен и сосудистых звездочек...»;

«...У нас Вы сможете пройти ультразвуковую диагностику на самом современном ультразвуковом аппарате Siemens Acuson Antares, оснащенный датчиками для обследования сосудов и вен, позволяющий проводить УЗИ в режиме 3D (объемное сканирование). Данная методика имеет высокую информативность на ранних стадиях развития патологических процессов, позволяя вовремя поставить правильный диагноз и своевременно начать лечение.

Новейшие методики, применяемые в частной поликлинике «СМИТРА», позволяют обходиться без травмирующих операций. Применение специальных восстановительных процедур приводят к быстрому выздоровлению.

Записаться на консультацию можно по тел. 363-32.-23...» (раздел «Сосудистый хирург» сайта);

«...В нашей поликлинике проводится спектр малоинвазивных хирургических манипуляций в условиях амбулаторного стационара (лечение возможно в условиях чистой перевязочной при наличии операционной сестры, местных анестетиков, необходимого хирургического инструментария, шовного материала).

1. Операция краевой резекции матрикса при вросшем ногте.

2. Лечение острогнойных хирургических заболеваний (фурункулез; карбункул; гидроденит на разных стадиях; рожистое воспаление; эризипелоид; абсцессы разных локализаций; кожный, подкожный, сухожильный, суставной, костный, подногтевой, панариций; паронихия; пандактилит; флегмона; флегмона кисти, стопы; хронический остеомиелит; острый гнойный и хронический артриты; мастит; лактостаз; гнойные раны; лигатурные свищи; парапроктиты и др);

3. Операции при доброкачественных образованиях (невусов) кожи, папиллом, бородавок и др. (после консультации у онколога);

4. Хирургические вмешательства при заболеваниях и повреждениях опорно-двигательного аппарата:

- Блокады полостей крупных суставов с введением НПВС (нестероидные противовоспалительные средства), хондропротекторов (ферматрон, синохром, гиалган и др) при деформирующих остеоартрозах разных стадиях с различными степенями разрушения суставного хряща, травматических поражениях-гемартроз, посттравматический синовит, кисты Беккера. Блокады пяточных шпор, плечелопаточного периартрита;

- Переартикулярные лечебные, диагностические блокады при эпикондилитах, ганглиях, бурситах, кист суставов, а также с целью обезболивания, парабертебральные блокады,

- Амбулаторные пластические операции при патологии связочного аппарата кисти. Операции при стенозах сухожильных каналов (стенозирующий леггаментит- "щелкающий палец"), стенозах кольцевидных связок сухожилий сгибателей, стенозах лучезапястного канала, стенозах запястного канала, стенозах фиброзных каналов сухожилий разгибателей, резекция гигром, ганглиев различных локализаций, пиогенных гранулем, онихогрихоза, кожного рога, эпителиальных, дермоидных кист, атером, липом, гигантом, операции при гломусных опухолях (опухоль Барре-Массона) и др.;

- Резекция сумки при бурситах локтевого отростка, поддельтовидной сумки и др.

5. Различные пластики дефектов кожи с наложением косметического шва биodeградируемыми нитями на атравматичных иглах» (раздел «Хирург» сайта);

«...К наиболее распространенным заболеваниям, которые лечит отоларинголог поликлиники - врач высшей категории, Шлапаков Валерий Михайлович:

* ринит, гайморит - заболевания полости носа (острые и хронические);

* отит, евстахиит (тубоотит) - заболеваниям среднего уха и слуховой трубы (острые и хронические);

* фарингит, ангина, тонзиллит, ларингит - заболеваниям глотки и гортани (острые и хронические);

* травмы ЛОР-органов;

* инородные тела глотки, гортани.

Доктор подбирает не только индивидуальное эффективное лечение, но и рассказывает пациентам о профилактических мерах, которые также подбираются индивидуально каждому пациенту исходя из особенностей его организма. Тщательный лабораторный и инструментальный контроль процесса лечения позволяет гарантировать высокий и длительный результат.

Лечение на аппарате «Тонзиллор» которое предлагает наша поликлиника, предполагает аппаратное очищение лакун миндалин от патологического содержимого и введение лекарственной смеси, в т.ч. антибиотиком направленного действия, противогрибковых, противовоспалительных и иммунокорректирующих препаратов местно, т.е. непосредственно в миндалину без распространения этих веществ по всему организму. Применение другого аппарата, синус - катетера, позволяет избежать проколов при гайморите, фронтите, синусите. Очень важно начать лечение вовремя, так как очаги инфекции могут разрастаться, и тогда потребуются хирургическое лечение. Например, если запустить ринит и синусит, то они перейдут в хроническую стадию, которая лечится только оперативно. Лечение всех заболеваний ведется комплексно и направлено на усиление защитных сил организма, с целью предотвращения развития повторной инфекции.

Лечение на аппаратах:

«Тонзилор» - аппарат предназначен для лечения заболеваний лор-органов путём воздействия энергией низкочастотных ультразвуковых колебаний на поражённые процессом биоткани как через лекарственные препараты, так и

контактно. Показаниями для применения аппарата являются: ринит, фолликулит, фарингит, гайморит, хронический тонзиллит, отиты, операции на носовой перегородке, лор-остеопластические операции на среднем ухе и околоносовых пазухах, создание лекарственного депо в очаге поражения, послеоперационное ведение ран.

Компрессорном ингаляторе OMRON

OMRON NE-C28/NE

Ингаляционная (небулайзерная) терапия - один из главных видов лечения воспалительных заболеваний дыхательных путей. Ингаляции имеют целый ряд преимуществ перед другими способами доставки лекарственных препаратов:

- возможность непосредственного и быстрого воздействия на зону воспаления в слизистых оболочках;

- ингалируемое вещество практически не всасывается в кров и не оказывает побочных действий на другие органы и системы, как это бывает при приеме таблеток или инъекциях;

- это более дешевый способ добиться быстрого смягчения симптомов и выздоровления;

- небулайзер является единственным средством доставки лекарственного препарата в альвеолы;

- ингаляции через небулайзер - единственно возможный метод аэрозольной терапии у детей до 5 лет, а также у многих пожилых пациентов.

Незаменим при хронических воспалительных процессах дыхательных путей (таких как хронический бронхит, бронхиальная астма, хронический фарингит при острых респираторных заболеваниях, сопровождающихся такими симптомами как кашель, сухость, першение или боли в горле, выделение мокроты.

Аппарате СВВ-терапии ЛУЧ-4

Луч-4

Предназначен для лечения электромагнитным полем гнойно - воспалительных заболеваний различной этиологии с помощью наружных излучателей, энергии, которая локализуется только в пораженном участке тела пациента. Благодаря этому появляется возможность осуществлять щадящее воздействие малой мощностью, не затрагивая окружающие здоровые ткани и органы, что особенно важно в педиатрии.

Используя аппарат ЛУЧ – 4 основное выделение тепла происходит в мышечных тканях, а не в жировых, как это происходит при УВЧ-терапии. В следствии этого при лечении данным аппаратом сроки лечения заболевания сокращаются в 2-2,5 раза по сравнению с применением медикаментозных средств или других физических методов лечения» (раздел «Лор (оторинларинголог)» сайта);

«...В нашей поликлинике осуществляется консультирование и лечение

заболеваний молочной железы. Проводится УЗИ молочной железы...
Осуществляется ранняя диагностика фоновых, предонкологических и онкологических состояний и заболеваний молочных желез методом определения онкомаркеров крови, ультразвукового сканирования, цитологических и гистологических исследований на клеточную атипичию.

Прием ведет врач онколог-маммолог Великая Наталья Викторовна...» (раздел «Онколог-маммолог» сайта);

«...В нашем медицинском центре терапевт занимается диагностикой и лечением наиболее часто встречающихся болезней и заболеваний, к которым относятся:

- ОРВИ, грипп, аденовирусная инфекция и др.
- заболевания дыхательной системы (острый и хронический бронхит, пневмонии, трахеит, плевриты, бронхиальная астма и др.)
- заболевания желудочно-кишечного тракта (острый и хронический гастрит, язвенная болезнь желудка и двенадцатиперстной кишки, острый и хронический холецистит, панкреатит, запоры, колиты, хронические гепатиты)
- заболевания сердечно-сосудистой системы (артериальная гипертензия, гипертоническая болезнь, ишемическая болезнь сердца (ИБС), нарушения ритма сердца, сердечная недостаточность, пороки сердца и др.)
- заболевания мочевыделительной системы (острый и хронический пиелонефрит, острый и хронический гломерулонефрит, мочекаменная болезнь)
- заболевания системы крови (анемии)
- заболевания суставов (артриты, артрозы, остеоартрозы, ревматизм и др.)
- системные заболевания (ревматизм, системная красная волчанка, полимиозит, склеродермия, подагра и др.)

Прием ведет врач терапевт высшей категории Афанасова Ольга Евгеньевна...» (раздел «Терапевт» сайта).

Согласно ст. 3 Закона о рекламе, реклама - 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;

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, указанная выше информация, размещенная в корпоративном издании и на сайте <http://news.ngs.ru/more/305777/> по своему содержанию, способу распространения размещена с целью привлечения внимания

потребителей и формирования их интереса к объектам рекламирования – к медицинскому учреждению «СМИТРА», предлагаемым медицинским услугам и врачам, осуществляющим свою деятельность в данном медицинском учреждении, тем самым, способствует их продвижению на соответствующем рынке, т.е. в полной мере соответствует понятию рекламы.

В то же время, рассмотрев информацию, размещенную на официальном сайте ООО «СМИТРА» <http://smitra.ru/> в разделах: «Сосудистый хирург», «Лор (отоларинголог)», «Онколог-маммолог», «Терапевт», Комиссия Новосибирского УФАС России приходит к следующим выводам.

Согласно п. 3 ч. 2 ст. 2 Закона о рекламе, действие указанного Закона не распространяется на справочно-информационные и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой.

С учетом способа размещения, содержания, а также принимая во внимание тот факт, что информация размещена на официальном сайте лица, оказывающего указанные на сайте услуги, эта информация предназначена для информирования посетителей сайта о том спектре услуг, которые оказываются ООО «СМИТРА».

Вместе с тем, информация следующего содержания: «Новейшие методики, применяемые в частной поликлинике «СМИТРА», позволяют обходиться без травмирующих операций. Применение специальных восстановительных процедур приводят к быстрому выздоровлению» (раздел «Сосудистый хирург» сайта) является рекламной, так как обладает всеми признаками определения «реклама».

В силу пункта 4 Положения о лицензировании медицинской деятельности, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 22.01.2007 N 30, медицинская деятельность предусматривает выполнение работ (услуг) по оказанию доврачебной, амбулаторно-поликлинической, стационарной, высокотехнологичной, скорой и санаторно-курортной медицинской помощи в соответствии с перечнем согласно приложению.

Согласно отраслевому стандарту "Термины и определения системы стандартизации в здравоохранении", утвержденным приказом Министерства здравоохранения Российской Федерации от 22.01.2001 N 12, медицинская услуга - это мероприятие или комплекс мероприятий, направленных на профилактику заболеваний, их диагностику и лечение, имеющих самостоятельное законченное значение и определенную стоимость.

В соответствии с Перечнем работ (услуг) при осуществлении медицинской деятельности, утвержденным постановлением Правительства Российской Федерации от 22.01.2007 N 30 "Об утверждении Положения о лицензировании медицинской деятельности", работы (услуги), выполняемые при осуществлении доврачебной, амбулаторно-поликлинической, стационарной, скорой и скорой специализированной (санитарно-авиационной), высокотехнологичной, санаторно-курортной медицинской помощи, порядок организации которых определяется Министерством здравоохранения и социального развития Российской Федерации, включают, в том числе, работы (услуги) по хирургии, стоматологии.

Согласно Общероссийскому классификатору услуг населению ОК 002-93 (ОКУН), утвержденному постановлением Госстандарта Российской Федерации от 28.06.1993 N 163, группа "медицинские услуги" (код 8) состоит, в том числе из таких услуг как: постановка диагноза (код 081101), консультации и лечение врачами-специалистами и хирургами-специалистами (код 081103), процедуры, выполняемые врачами (код 081104), проведение диагностических процедур (код 081202), услуги по профилактике болезней (медицинские осмотры, профилактические прививки и т.д.) (код 081204), процедуры, выполняемые врачами (код 081205), процедуры врачебные (код 081502), лечение зубов (код 081403).

В силу Приказа Минздрава РФ от 10.04.2001 № 113 "О введении в действие отраслевого классификатора "Простые медицинские услуги" (вместе с "ОК ПМУ 91500.09.0001-2001. Система стандартизации в здравоохранении Российской Федерации. Отраслевой классификатор "Простые медицинские услуги") к данным услугам относятся: раздел «В» - "Сложные и комплексные медицинские услуги" включает в себя, в том числе такие услуги как профилактический прием (осмотр, консультация) врача-хирурга (код 04.057.02).

В соответствии ч. 7 ст. 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).

В рассматриваемой рекламной информации, размещенной в корпоративном издании и на сайте <http://news.ngs.ru/more/305777/>, отсутствует необходимая предупредительная надпись об имеющихся противопоказаниях и необходимости получения консультации специалиста.

Поскольку распространенная реклама направлена на формирование у потребителя желания воспользоваться услугами, то существенной является не только информация привлекательная для потребителя, но и информация способная обмануть ожидания, сформированные такой рекламой. Отсутствие информации с предупреждением о наличии противопоказаний при применении медицинских услуг (получении определенного назначенного лечения пациентом, которому противопоказано назначенное лечение) необходимости предварительной консультации может привести к неблагоприятным последствиям для потребителя.

Как установлено материалами проверки, рекламируемые услуги оказывает ООО «СМИТРА» (ИНН 5407188394, адрес: 630, г. Новосибирск, ул. Геодезическая, д. 2/1) на основании:

Лицензии № ЛО-54-01-001030 от 25.11.2010 г., которая дает право на осуществление амбулаторно-поликлинической медицинской помощи, в том числе, при осуществлении специализированной медицинской помощи по медицинским

осмотрам (предварительным и периодическим);

Лицензии № ЛО-54-01-000997 от 22.10.2010 г., которая дает право на осуществление амбулаторно-поликлинической медицинской помощи, в том числе, при осуществлении первичной медико-санитарной помощи по отоларингологии, терапии, ультразвуковой диагностики, при осуществлении специализированной медицинской помощи по онкологии, стоматологии ортопедической, терапевтической, хирургической, физиотерапии;

Лицензии № ЛО-54-01-001442 от 23.12.2011 г., которая дает право на осуществление амбулаторно-поликлинической медицинской помощи, в том числе, при осуществлении специализированной медицинской помощи по хирургии;

Таким образом, рекламируемые услуги являются медицинскими, на осуществление которых Общество имеет специальные разрешения (лицензии), следовательно, данные обстоятельства указывают на наличие нарушения ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

Кроме этого, в рекламной информации, размещенной 20.01.2012 г. на сайте <http://news.ngs.ru/more/305777/>, указывалось следующее:

«...Пациенты самой крупной поликлиники левобережья «СМИТРА» знают, что это вполне осуществимо...»;

«...За 14 лет работы частная поликлиника «СМИТРА» выросла до уровня самого крупного многопрофильного медицинского учреждения на левом берегу «Оби...»;

«...Став самой крупной частной поликлиникой левобережья, «СМИТРА» не останавливается на достигнутом...».

Согласно требованиям п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Использование в рекламе сравнительной характеристики посредством утверждений в превосходной степени без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, означает возможность проведения такого сравнения по любому критерию.

Достоверность распространяемой рекламы, с использованием утверждений в превосходной степени «самый» должна соответствовать реальной действительности в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

Как указывает в своих пояснениях управляющий Общества «...» (исполняющий функции единоличного исполнительного органа ООО «СМИТРА» на основании Договора передачи полномочий от 04.02.2011 г.) (вх. № 1337 от 22.02.2012 г.), частная поликлиника «СМИТРА», по данным журнала "Деловой Квартал" № 3(156) от 2011 г., является крупнейшим на левом берегу Оби многопрофильным медицинским учреждением частной формы собственности, удобно разместившимся возле

станции метро «Студенческая».

Кроме того, по результатам заключения независимой экспертной комиссии поликлиника «СМИТРА» получила наивысшую оценку и награждена золотой медалью международного конкурса "Лучшие товары и услуги Сибири - ГЕММА 2011". Вручение Свидетельства № RUS110189 и золотой медали состоялось 26 декабря 2011 года в Администрации Новосибирской области.

На запрос антимонопольного органа (исх. № 06-1748 от 22.03.2012 г.) от журнала «Деловой квартал» получен ответ, согласно которому Информация, изложенная в журнале "Деловой квартал Новосибирск" №3 за 2011 г. (рейтинг «частных клиник») была подготовлена следующим образом:

На первом этапе специалисты аналитической группы «Деловой квартал» проанализировали открытые источники информации и провели экспертный опрос среди руководителей ведущих частных клиник. На основании полученных данных был определен круг компаний, которым было предложено предоставить информацию для участия в рейтинге.

На втором этапе специалисты «Деловой квартал» разослали компаниям анкеты, в которых запрашивались конкретные характеристики деятельности (год основания, штат сотрудников, площадь клиники, среднемесячное количество пациентов, среднегодовой объем инвестиций и др.).

В рейтинге участвовали частные медицинские учреждения г. Новосибирска многопрофильного типа с круглосуточным и дневным стационаром. Участие в рейтинге производилось на безвозмездной основе для его участников.

Для корректности рейтинга был применен мультифакторный балльный анализ. Каждый предоставленный клиникой показатель оценивался по шкале от 1 до 6 баллов. Незаполненный компанией показатель приравнивался к нулю. В итоговую версию рейтинга включены клиники, набравшие более 19 баллов (всего 9 клиник).

Таким образом, рейтинг «частных клиник» был подготовлен аналитической группой «Деловой квартал» на основании информации, полученной от компаний-участников. Все данные по участникам были включены в итоговый рейтинг.

По данным рейтинга, «Смитра» заняла 5 место в «ТОП-9 частных клиник Новосибирска». Иных утверждений по данной компании (например: «является крупнейшим...», «крупнейшая поликлиника...», «самой крупной...») журнал не содержит.

Таким образом, на основании указанных обстоятельств Комиссия приходит к выводу о том, что использование в рекламе утверждения в превосходной степени «самая» по отношению к ООО «СМИТРА» не соответствует фактическим материалам дела, так как Обществом не доказан факт того, что частная поликлиника может считаться «самым» по всем показателям среди конкурентов (независимо от формы собственности и осуществления своей деятельности на левом берегу Оби).

Данные обстоятельств указывают на нарушение п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе, рекламодаделец несет ответственность за нарушение требований, установленных п. 1 ч. 3 ст. 5 и ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

За нарушение требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе ответственность несет рекламодатель.

Рекламодателем, в силу п. 5 ст. 3 Закона о рекламе, является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодателем, в силу п. 7 ст. 3 Закона о рекламе, является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно письменным пояснениям ИП Смирненко П.А., корпоративное издание «СМИТРА» в бизнес-центре «Геос» (г. Новосибирск, ул. Геодезическая, д. 2/1) не распространяется.

Вместе с тем на данную полиграфическую продукцию ООО «СМИТРА» (газету) представлена Товарная накладная № 122 от 06.10.2011 г., на имя ООО «Мега Принт», а также платежное поручение № 410 от 21.09.2011 г. на оплату печати рекламной продукции.

Размещение рекламной информации на сайте <http://news.ngs.ru/more/305777/> осуществлялось на основании Договора оказания услуг по производству и размещению рекламы на Интернет-сайте № 21699 от 14.11.2011 г., заключенного между ООО «Независимые Городские Сайты» (исполнитель) и ООО «СМИТРА» (заказчик).

Согласно п. 2.1 указанного Договора исполнитель обязуется оказать заказчику услуги, по размещению (производству и размещению) рекламной информации заказчика, соответствующей требованиям законодательства РФ, а также правилам (требованиям) предъявляемым исполнителем к рекламным материалам, на указанных в конкретных заказах интернет-сайтах и их разделах.

В силу п. 6.2. данного Договора, исполнитель несет ответственность за достоверность информации, размещаемой заказчиком, а в силу п. 6.5 указанного Договора, заказчик самостоятельно несет всю ответственность за соблюдение требований законодательства, в том числе законодательства о рекламе, защите авторских и смежных прав, об охране товарных знаков и знаках обслуживания, о защите прав потребителей, но, не ограничиваясь перечисленным, включая полную ответственность за содержание рекламных материалов и сайтов, на которые заказчик устанавливает переадресующую гиперссылку, иные действия, осуществляемые им в качестве рекламодателя, и/или рекламопроизводителя.

Во исполнение договора подписан Акт № 530 от 20.01.2012 г., по которому услуги выполнены полностью и в срок, заказчик претензий не имеет. Оплата произведена по поручению № 20 от 17.01.2012 г.

Размещение рекламной информации на сайте медицинского учреждения «СМИТРА» <http://smitra.ru/>, осуществлялось на основании Договора № 106/D-2008 оказания услуг по регистрации доменных имен от 12.11.2008 г., заключенному

между ООО «Онлайн Сити» (исполнитель) и «...» (заказчик), согласно которому исполнитель принимает на себя обязательства по оказанию заказчику услуг по регистрации/перерегистрации в базе данных АНО «Региональный Сетевой Информационный Центр» и делегированию заказчику права администрирования второго уровня smitra.ru на базе службы технической поддержки исполнителя, а заказчик обязуется принимать и оплачивать оказываемые исполнителем услуги на условиях настоящего договора.

Таким образом, с учетом изложенного рекламодателем рассматриваемой рекламы, размещенной в корпоративном издании и на сайте <http://news.ngs.ru/more/305777/> является ООО «СМИТРА» (ИНН 5407188394, адрес: 630073, г. Новосибирск, ул. Геодезическая, д. 2/1);

Также ООО «СМИТРА» является рекламодателем рекламной информации, размещаемой на сайте <http://smitra.ru/>, и в корпоративном издании.

На рассмотрении дела представитель ООО «СМИТРА» пояснил, что корпоративное издание «СМИТРА» осень 2011 г., изначально должно было быть распространено на специализированной выставке ярмарке медицинских товаров и услуг, но в последующем участие Общества в данном мероприятии не состоялось и указанное издание было размещено в здании бизнес-центра «Геос» для посетителей поликлиники «СМИТРА» и его тираж составил 900 экземпляров. В настоящее время данное издание не распространяется и находится на хранении у Общества для последующей утилизации.

В настоящее время на официальном сайте <http://smitra.ru/> в конце каждого блока размещена предупредительная надпись об имеющихся противопоказаниях.

Как указал «...», все услуги, которые были указаны на данном сайте, оказываются Обществом только после предварительной консультации. Сначала пациент записывается на прием, получает консультацию специалиста, и только после этого его вновь записывают на другое время и оказывают услугу.

Нарушение на сайте было допущено неопытным сотрудником Общества, которому было поручено размещение информации на сайте.

По факту размещения рекламной информации с употреблением превосходной степени представитель Общества пояснил, что в статье речь шла исключительно о частных медицинских центрах, находящихся на Левом берегу Оби. На момент размещения рекламы частная поликлиника действительно являлась самой крупной и по площади помещения, и по объему оказываемых услуг. Статья не преследовала своей целью обидеть кого-то из конкурентов, а была направлена исключительно на информирование потребителей о своих успехах. Кроме того, по мнению «...» статья была предложена именно в таком виде представителями «НГС», он, прочитав ее, согласился с таким текстом, и она была размещена.

Комиссией приняты во внимание доводы представителя ООО «СМИТРА». При этом, по мнению Комиссии, утверждения: «...Пациенты самой крупной поликлиники левобережья «СМИТРА» знают, что это вполне осуществимо...» и «...За

14 лет работы частная поликлиника «СМИТРА» выросла до уровня самого крупного многопрофильного медицинского учреждения на левом берегу «Оби...» не имеют документального обоснования, так как составленный журналом «Деловой квартал» рейтинг не принимал во внимание действующие государственные медицинские учреждения (в том числе в левобережной части г. Новосибирска).

Согласно п.4 ст. 3 Закона о рекламе, ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации. Ненадлежащая реклама не допускается.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия, руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13 марта 2006г. и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

РЕШИЛА:

1. Признать ООО "СМИТРА" (ИНН 5407188394, адрес: 630073, г. Новосибирск, ул. Геодезическая, д. 2/1) нарушившим требования:

- п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе: недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;

- ч.7 ст. 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),

а информацию, размещенную:

на оборотной стороне обложки корпоративного издания «СМИТРА» осень 2011 г., распространяемого в январе-феврале 2012 г. в здании бизнес-центра «Геос», в том числе следующего содержания:

«Смитра стоматология /специальное предложение!/Бесплатная консультация/Предложение действует до 31.12.2011 г./Скидка 30% на первое терапевтическое лечение зубов.../Бесплатное фторирование после лечения...» (поскольку в ней нарушены требования ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе);

на сайте <http://smitra.ru/> в феврале 2012 г., в том числе, следующего содержания:

«Новейшие методики, применяемые в частной поликлинике «СМИТРА»,

позволяют обходиться без травмирующих операций. Применение специальных восстановительных процедур приводят к быстрому выздоровлению» (раздел «Сосудистый хирург» сайта) (поскольку в ней нарушены требования ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе);

на сайте <http://news.ngs.ru/more/305777/> 20.01.2012 г., в том числе, следующего содержания:

«...Пациенты самой крупной поликлиники левобережья «СМИТРА» знают, что это вполне осуществимо...»;

«...За 14 лет работы частная поликлиника «СМИТРА» выросла до уровня самого крупного многопрофильного медицинского учреждения на левом берегу «Оби...» (поскольку в ней нарушены требования п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе).

2. Выдать Обществу с ограниченной ответственностью «СМИТРА» предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Новосибирского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии

_____ Т.В. Лопаткина

Члены Комиссии

_____ И.В. Волохина

_____ Е.А. Скоп

_____ Д.А. Былина

ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

«01» июня 2012 г.

г. Новосибирск

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

председатель Комиссии: заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы Т.В. Лопаткина,

члены Комиссии: И.Р. Волохина – главный специалист-эксперт отдела рекламы,

Е.А. Скоп – специалист-эксперт отдела рекламы,

Д.А. Былина – специалист-эксперт отдела рекламы,

на основании своего решения от 01 июня 2012 г. по делу № 38 о признании следующей рекламы, размещаемой:

на оборотной стороне обложки корпоративного издания «СМИТРА» осень 2011 г., распространяемого в январе-феврале 2012 г. в здании бизнес-центра «Геос», в том числе следующего содержания: «Смитра стоматология /специальное предложение!/Бесплатная консультация/Предложение действует до 31.12.2011 г./Скидка 30% на первое терапевтическое лечение зубов.../Бесплатное фторирование после лечения...»;

на сайте <http://smitra.ru/> в феврале 2012 г., в том числе, следующего содержания:

«Новейшие методики, применяемые в частной поликлинике «СМИТРА», позволяют обходиться без травмирующих операций. Применение специальных восстановительных процедур приводят к быстрому выздоровлению» (раздел «Сосудистый хирург» сайта);

на сайте <http://news.ngs.ru/more/305777/> 20.01.2012 г., в том числе, следующего содержания:

«...Пациенты самой крупной поликлиники левобережья «СМИТРА» знают, что это вполне осуществимо...»;

«...За 14 лет работы частная поликлиника «СМИТРА» выросла до уровня самого крупного многопрофильного медицинского учреждения на левом берегу «Оби...», ненадлежащей рекламой,

в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1,3 статьи 36 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Обществу с ограниченной ответственностью «СМИТРА» (ИНН 5407188394, адрес: 630, г. Новосибирск, ул. Геодезическая, д. 2/1) в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе. Для этого прекратить распространение рекламы с нарушением требований:

- п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе: недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;

- ч.7 ст. 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), в том числе рекламы, указанной выше.

2. ООО «СМИТРА» представить в Новосибирское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания, в срок до «15» июня 2012 г.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Новосибирское УФАС России вправе в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей, на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Председатель Комиссии

_____ Т.В. Лопаткина

Члены Комиссии

_____ И.В. Волохина

_____ Е.А. Скоп

