

## РЕШЕНИЕ

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, рассмотрев дело № 4-05/157 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту нарушения требований части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе», пункта 1 части 3, части 11 статьи 5, выразившегося в распространении рекламы медицинских услуг в журнале «Boutique. Коллекция. Товары & услуги», в присутствии представителей ООО «Технологии продвижения».

### УСТАНОВИЛА:

В Хабаровское УФАС России поступило заявление гражданки Шалашновой о распространении в журнале «Boutique. Коллекция. Товары & услуги» № 1 за ноябрь 2011 года ненадлежащей рекламы медицинских услуг без предупредительной надписи о наличии противопоказаний и необходимости консультации специалиста, а также рекламы журнала на портале [www.moigorod.ru](http://www.moigorod.ru), в которой описываются рубрики без перевода на русский язык, и проводится обзор самых трендовых товаров и услуг в Хабаровске.

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

Согласно отраслевому классификатору "Простые медицинские услуги" (ОК ПМУ 91500.09.0001-2001), утвержденному Приказом Минздрава РФ от 10.04.2001 N 113 группа «Оперативное лечение» (код 16), подгруппа «Полость рта и зубы» (код 16.07) состоит, в том числе из таких услуг как «ортодонтическая коррекция».

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 указанной рекламе предупредительная надпись отсутствует, что является нарушением части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе».

Кроме того, указанное нарушение выявлено в журнале «Boutique. Коллекция. Товары & услуги» № 2 за декабрь 2011 года.

2. Согласно пункту 1 части 3 статьи 5 ФЗ «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.

В тексте рекламы, распространяемой на портале [www.moigorod.ru](http://www.moigorod.ru), содержится информация о том, что в журнале «Boutique. Коллекция. Товары & услуги» проводится обзор самых трендовых товаров и услуг в Хабаровске. Соответственно, те магазины и товары, которые не представлены в этом издании, не являются трендовыми. Данный факт не соответствует действительности, что является нарушением пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

3. В соответствии с частью 11 статьи 5 ФЗ «О рекламе» при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

Пункт 10 части 1 статьи 3 ФЗ «О государственном языке Российской Федерации» гласит, что государственный язык Российской Федерации подлежит обязательному использованию в рекламе.

В тексте рекламы, распространяемой на портале [www.moigorod.ru](http://www.moigorod.ru) содержится слово «World» на иностранном (английском языке) без соответствующего перевода на русский язык, что является нарушением части 11 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В процессе рассмотрения дела представитель ООО «Технологии продвижения» согласилась с выявленными нарушениями указав, что в настоящее время реклама в Интернете откорректирована. В следующем номере журнала нарушения также будут устранены.

Согласно части 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе». Рекламодатель несет ответственность за нарушение пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Рекламодателем, осуществившим размещение настоящей рекламы, и рекламодателем, несущим ответственность за содержание рекламы, является ООО «Технологии продвижения».

Рекламы в указанных частях признаются ненадлежащими.

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. Признать ненадлежащей рекламу медицинских услуг, распространяемую в журнале «Boutique. Коллекция. Товары & услуги» №№ 1, 2 за 2011 год, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».
2. Признать ненадлежащей рекламу обзора самых трендовых товаров и услуг в г. Хабаровске, распространяемую на портале [www.moigorod.ru](http://www.moigorod.ru) 17 ноября 2011 года, поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».
3. Признать ненадлежащей рекламу, распространяемую на портале [www.moigorod.ru](http://www.moigorod.ru) 17 ноября 2011 года, содержащей слово «World» на иностранном (английском языке) без соответствующего перевода на русский язык, поскольку в ней нарушены требования части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».
4. Выдать ООО «Технологии продвижения» обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.
5. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Хабаровского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса об административных правонарушениях Российской Федерации.

Решение изготовлено в полном объеме 22 декабря 2011 года.

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

### **Предписание**

#### **о прекращении нарушения законодательства**

#### **Российской Федерации о рекламе**

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе на основании своего решения от 22 декабря 2011 года по делу № 4-05/157 о признании ненадлежащей рекламы медицинских услуг в журнале «Boutique. Коллекция. Товары & услуги» и в соответствии с пунктом

1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

#### ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ООО «Технологии продвижения» в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить распространение любым способом, в любой форме, с использованием любых средств ненадлежащей рекламы медицинских услуг, распространяемую в журнале «Boutique. Коллекция. Товары & услуги» при отсутствии предупреждения о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости получения консультации специалистов.

2. ООО «Технологии продвижения» представить в Хабаровское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 10 января 2012 года.

В случае неисполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Хабаровское УФАС России в праве в соответствии с частью 2.4. статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на юридических лиц штраф в размере – от трехсот до пятисот тысяч рублей.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации (в трехмесячный срок).