

## РЕШЕНИЕ

08 июня 2011 года

Великий Новгород

Исходящий № 2239/03 от 23.06.2011

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Новгородской области по рассмотрению дел о нарушениях законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

<.....> – председатель Комиссии, руководитель Управления;

<.....> – член Комиссии, специалист-эксперт Управления;

<.....> – член Комиссии, специалист-эксперт Управления,

рассмотрев дело № 23 от 24.05.2011 по признакам нарушения Обществом с ограниченной ответственностью «РА ТИСС НАВИГАТОР» (далее – ООО «РА ТИСС НАВИГАТОР») части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в присутствии представителей:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО «РА ТИСС НАВИГАТОР» - <.....> (доверенность № <...> от 06.06.2011), <.....> (доверенность № <.....> от 06.06.2011);

заявитель – исполнительный директор ЗАО «Телекомпания «Триада» - <.....> о месте, дате и времени рассмотрения настоящего дела уведомлен, на рассмотрение дела не явился,

### УСТАНОВИЛА:

24 марта 2011 года в Новгородское УФАС России поступило заявление (вх. № 1573 от 24.03.2011) от исполнительного директора ЗАО «Телекомпания «Триада» <.....> о нарушении законодательства о рекламе. Из заявления следует, что в рекламном издании «Великий Новгород. Служба 08» № 2 (112) от февраля 2011 года опубликованы рекламные объявления под следующими заголовками: «Сеть салонов «Оптика» (стр. 124), «Новгородская областная клиническая больница» (стр. 128), ООО «Радикс» (стр. 130), Медицинский центр «Альтернатива» (стр. 132), Профессор Гаевский Ю.Г. (стр. 134), Магазин-салон «Орто-Мир» (стр. 136), Сеть стоматологических клиник «НовДента» (стр. 138), Медицинский центр (стр. 140), Центр «Небесный лев» (стр. 142), Сеть магазинов «Энергия жизни» (стр. 144).

В соответствии с частью 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-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). 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 вышеуказанных рекламных объявлениях, предупреждение о наличии противопоказаний к применению лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, медицинской техники составляет менее пяти процентов рекламной площади (рекламного пространства).

Таким образом, по мнению Заявителя, в распространённых рекламных объявлениях: «Сеть салонов «Оптика» (стр. 124), «Новгородская областная клиническая больница» (стр. 128), ООО «Радикс» (стр. 130), Медицинский центр «Альтернатива» (стр. 132), Профессор Гаевский Ю.Г. (стр. 134), Магазин-салон «Орто-Мир» (стр. 136), Сеть стоматологических клиник «НовДента» (стр. 138), Медицинский центр (стр. 140), Центр «Небесный лев» (стр. 142), Сеть магазинов «Энергия жизни» (стр. 144) в рекламном издании «Великий Новгород. Служба 08» № 2 (112) от февраля 2011 года имеются признаки нарушения части 7 статьи 24 Закона о рекламе, выразившегося в отведении в рекламах лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, предупреждениям о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с

инструкцией по применению или получения консультации специалистов менее пяти процентов рекламной площади (рекламного пространства).

Согласно приказу Министерства здравоохранения и социального развития РФ № 269 от 16.07.2001 «О введении в действие отраслевого стандарта «Сложные и комплексные медицинские услуги. Состав» медицинская услуга – мероприятие или комплекс мероприятий, направленных на профилактику заболеваний, их диагностику и лечение, имеющих самостоятельное законченное значение и определенную стоимость; прием (осмотр, консультация) – производимые по определенному плану действия врача при возникновении у пациента необходимости в медицинской помощи, представляющие собой сложную или комплексную медицинскую услугу, дающие возможность составить представление о состоянии организма пациента, результатом которых является профилактика, диагностика или лечение определенного заболевания или синдрома.

Вышеуказанные рекламируемые медицинские услуги входят в Перечень работ (услуг) при осуществлении медицинской деятельности, утвержденный постановлением Правительства РФ от 22.01.2007 № 30, и Перечень работ (услуг), выполняемых при осуществлении доврачебной, амбулаторно-поликлинической (в том числе первичной медико-санитарной помощи, медицинской помощи женщинам в период беременности, во время и после родов, специализированной медицинской помощи), стационарной (в том числе первичной медико-санитарной помощи, медицинской помощи женщинам в период беременности, во время и после родов, специализированной медицинской помощи), скорой и скорой специализированной (санитарно-авиационной), высокотехнологичной, санаторно-курортной медицинской помощи, утвержденный приказом Минздравсоцразвития РФ от 10.05.2007 № 323.

В соответствии с пунктом 1 статьи 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.

Таким образом, распространенные в рекламном издании «Великий Новгород. Служба 08» № 2 (112) от февраля 2011 года рекламные объявления под заголовками: «Сеть салонов «Оптика» (стр. 124), «Новгородская областная клиническая больница» (стр. 128), ООО «Радикс» (стр. 130), Медицинский центр «Альтернатива» (стр. 132), Профессор Гаевский Ю.Г. (стр. 134), Магазин-салон «Орто-Мир» (стр. 136), Сеть стоматологических клиник «НовДента» (стр. 138), Медицинский центр (стр. 140), Центр «Небесный лев» (стр. 142), Сеть магазинов «Энергия жизни» (стр. 144) представляют собой рекламу медицинских услуг – услуг по кардиологии, гинекологии, неврологии, офтальмологии, стоматологии и др.

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 и такому предупреждению должно быть отведено не менее пяти процентов рекламной площади (рекламного пространства).

В указанных рекламных объявлениях предупреждение о наличии противопоказаний к применению и использованию рекламирующихся в них медицинских услуг и необходимости получения консультации специалистов составляет менее пяти процентов от занимаемых ими рекламных площадей (рекламных пространств).

Таким образом, в распространенных рекламных объявлениях: «Сеть салонов «Оптика» (стр. 124), «Новгородская областная клиническая больница» (стр. 128), ООО «Радикс» (стр. 130), Медицинский центр «Альтернатива» (стр. 132), Профессор Гаевский Ю.Г. (стр. 134), Магазин-салон «Орто-Мир» (стр. 136), Сеть стоматологических клиник «НовДента» (стр. 138), Медицинский центр (стр. 140), Центр «Небесный лев» (стр. 142), Сеть магазинов «Энергия жизни» (стр. 144) в рекламном издании «Великий Новгород. Служба 08» № 2 (112) от февраля 2011 года имеются признаки нарушения части 7 статьи 24 Закона о рекламе, выразившегося в отведении в рекламах лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, предупреждениям о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов менее пяти процентов рекламной площади (рекламного пространства).

До начала рассмотрения дела ООО «РА ТИСС НАВИГАТОР» были предоставлены письменные объяснения по факту, послужившему основанием для возбуждения настоящего дела из которых следует, что данное нарушение произошло по вине главного редактора рекламного издания «Великий Новгород. Служба 08» Брынза Е.А. и Общество не оспаривает факт нарушения части 7 статьи 24 Закона о рекламе.

Из объяснительной записки представленной ООО «РА ТИСС НАВИГАТОР» от Брынза Е.А. следует, что факт нарушения части 7 статьи 24 Закона о рекламе она признает и считает его непреднамеренным и не умышленным. Также из объяснений следует, что нарушение произошло вследствие неправильного составления формулы в программе Microsoft Excel.

Также, до начала рассмотрения дела ООО «РА ТИСС НАВИГАТОР» были представлены документальные доказательства добровольного устранения нарушения части 7 статьи 24 Закона о рекламе.

На рассмотрении дела представители ООО «РА ТИСС НАВИГАТОР» поддержали письменные объяснения в полном объеме.

Исследовав материалы дела и оценив приведенные доводы, Комиссия по рассмотрению дела приходит к следующим выводам.

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 рекламном издании «Великий Новгород. Служба 08» № 2 (112) от февраля 2011 года была размещена реклама услуг (услуг по кардиологии, гинекологии, неврологии, офтальмологии, стоматологии и др.) под заголовками: «Сеть салонов «Оптика» (стр. 124), «Новгородская областная клиническая больница» (стр. 128), ООО «Радикс» (стр. 130), Медицинский центр «Альтернатива» (стр. 132), Профессор Гаевский Ю.Г. (стр. 134), Магазин-салон «Орто-Мир» (стр. 136), Сеть стоматологических клиник «НовДента» (стр. 138), Медицинский центр (стр. 140), Центр «Небесный лев» (стр. 142), Сеть магазинов «Энергия жизни» (стр. 144).

Рекламируемые услуги согласно действующим нормативным актам (постановление Правительства РФ от 22.01.2007 № 30, приказ Минздравсоцразвития РФ от 10.05.2007 № 323) являются медицинскими услугами.

Таким образом, в данном случае рассматриваемые рекламные объявления представляют собой рекламу медицинских услуг – услуг по кардиологии, гинекологии, неврологии, офтальмологии, стоматологии и др.

При этом в указанных рекламных объявлениях предупреждению о наличии противопоказаний к их применению и использованию рекламирующихся в них медицинских услуг и необходимости получения консультации специалистов отведено менее пяти процентов рекламной площади (рекламного пространства).

Таким образом, рекламные объявления, содержащие рекламу медицинских услуг, под заголовками: «Сеть салонов «Оптика» (стр. 124), «Новгородская областная клиническая больница» (стр. 128), ООО «Радикс» (стр. 130), Медицинский центр «Альтернатива» (стр. 132), Профессор Гаевский Ю.Г. (стр. 134), Магазин-салон «Орто-Мир» (стр. 136), Сеть стоматологических клиник «НовДента» (стр. 138), Медицинский центр (стр. 140), Центр «Небесный лев» (стр. 142), Сеть магазинов «Энергия жизни» (стр. 144), размещенные в рекламном издании «Великий Новгород. Служба 08» № 2 (112) от февраля 2011 года, содержат в себе нарушение части 7 статьи 24 Закона о рекламе, выразившееся в отведении в рекламе медицинских услуг предупреждению о наличии противопоказаний к их применению и использованию и необходимости получения консультации специалистов менее пяти процентов рекламной площади (рекламного пространства).

Требование об указании в рекламе медицинских услуг предупреждения о наличии противопоказаний к их применению и необходимости получения консультации специалистов является обязательным. Требование об объёме такого предупреждения направлено на доведение до потребителей рекламы существенной информации о рекламируемых медицинских услугах и на обеспечение прав потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей. Ненадлежащая реклама не допускается.

Ответственность за нарушение законодательства о рекламе в данной части в соответствии со статьей 38 Закона о рекламе несет либо рекламодатель (часть 6 статьи 38 Закона о рекламе), либо рекламодателем (часть 7 статьи 38 Закона о рекламе).

Рекламодателем, т.е. лицом, осуществившем распространение рекламы, содержащей признаки ненадлежащей, в данном случае является редакция рекламного издания «Великий Новгород. Служба 08» – ООО «РА ТИСС НАВИГАТОР».

Таким образом, собранные по делу доказательства и установленные обстоятельства свидетельствуют о том, что нарушение части 7 статьи 24 Закона о рекламе при распространении рекламы медицинских услуг, размещенной в рекламном издании «Великий Новгород. Служба 08» № 2 (112) от февраля 2011 года под заголовками «Сеть салонов «Оптика» (стр. 124), «Новгородская областная клиническая больница» (стр. 128), ООО «Радикс» (стр. 130), Медицинский центр «Альтернатива» (стр. 132), Профессор Гаевский Ю.Г. (стр. 134), Магазин-салон «Орто-Мир» (стр. 136), Сеть стоматологических клиник «НовДента» (стр. 138), Медицинский центр (стр. 140), Центр «Небесный лев» (стр. 142), Сеть магазинов «Энергия жизни» (стр. 144) содержится в действиях рекламодателя данной ненадлежащей рекламы – ООО «РА ТИСС НАВИГАТОР».

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 2 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37-42, 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Административным регламентом Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденным Приказом ФАС России от 28.12.2007 № 453, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу под заголовками: «Сеть салонов «Оптика» (стр. 124), «Новгородская областная клиническая больница» (стр. 128), ООО «Радикс» (стр. 130), Медицинский центр «Альтернатива» (стр. 132), Профессор Гаевский Ю.Г. (стр. 134), Магазин-салон «Орто-Мир» (стр. 136), Сеть стоматологических клиник «НовДента» (стр. 138), Медицинский центр (стр. 140), Центр «Небесный лев» (стр. 142), Сеть магазинов «Энергия жизни» (стр. 144), распространенную в рекламном издании «Великий Новгород. Служба 08» № 2 (112) от февраля 2011 года, рекламодателем которой является ООО «РА ТИСС НАВИГАТОР» (173003, Великий Новгород, ул. С. Устинова, д.3), поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ.
2. Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдавать в связи с добровольным устранением ООО «РА ТИСС НАВИГАТОР» совершенного нарушения.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Новгородского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 23.06.2011 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии  
Члены Комиссии