

Исх.№ АЯ-08/7694 от 28.06.2021

Комиссия Татарстанского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии: <...> – (должностное лицо)
Члены Комиссии: <...> – (должностное лицо)
<...> – (должностное лицо)

рассмотрев заявление от <...> (вх. №2568/ж от 02.03.2021 г.) в отношении ООО «Медиа Холл» (ОГРН: 1181690023437, ИНН: 1660310057, юридический адрес: 420029, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Сибирский тракт, д. 34, корпус 5, офис 435) по факту распространения в печатном СМИ «Газета наш рынок» выпуск № 05(97) от 17.02.2021 г. рекламы с текстом <...>, имеющей признаки нарушения Федерального закона от 13.03.2006 N38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

Установила:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Управление) поступило заявление от <...>(вх. №2568/ж от 02.03.2021 г.) по факту распространения в печатном СМИ «Газета наш рынок» выпуск № 05(97) от 17.02.2021 г. рекламы с текстом <...>, имеющей признаки нарушения Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», которая не сопровождается предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, что имеет признаки нарушения Закона о рекламе.

Данная реклама распространялась в печатном СМИ «Газета наш рынок» выпуск № 05(97) от 17.02.2021 г.

Согласно информации, содержащейся в общедоступной сети «Интернет», кодирование от алкоголизма – это метод медикаментозного или психотерапевтического воздействия на организм пациента с целью избавления его от неконтролируемой тяги к алкоголю.

Таким образом, в данном случае рекламораспространителем является ООО «Медиа Холл» (ОГРН: 1181690023437, ИНН: 1660310057, юридический адрес: 420029, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Сибирский тракт, д. 34, корпус 5, офис 435).

Согласно пункту 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 8 октября 2012 г. N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

В соответствии с частью 7 статьи 24 Закона «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. 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 пункте 1 статьи 3 Федерального закона от 13 марта 2006 года №38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон «О рекламе») дано понятие рекламы - это 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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона «О рекламе» объектом рекламирования является 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.

Учитывая правовой смысл и содержание приведенных понятий рекламы и объекта рекламирования, информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах, а также об изготовителе (продавце) такого товара, то есть объекту рекламирования в целом.

Согласно Номенклатуре медицинских услуг (утв. Приказом Минздрава России от 13.10.2017 N 804н), услуги по кодированию от алкоголизма (A13.29.008 – проведение психотерапии, A13.29.008.001 – индивидуальная психотерапия, A13.29.008.002 – групповая психотерапия и т.д.) относятся к медицинским услугам, представляющим собой определенные виды медицинских вмешательств, направленные на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющие самостоятельное законченное значение, тип медицинской услуги: функциональное обследование без использования приспособлений и/или приборов и выполняемое непосредственно медицинскими работниками (физикальные исследования, включая сбор жалоб, анамнеза, перкуссию, пальпацию и аускультацию).

При этом указание в рекламе способов воздействия на организм человека, полностью совпадающих с наименованием медицинских услуг, содержащихся в Номенклатуре, позволяет квалифицировать такую рекламу в качестве рекламы медицинских услуг, при отсутствии в такой рекламе иной информации, позволяющей выделить иные объекты рекламирования, в том числе при отсутствии в рекламе раскрытия содержания того или иного метода профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации.

Данная реклама является рекламой медицинских услуг, а значит должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, также должна соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

Согласно Письму ФАС России от 25.09.2019 N АК/83509/19 «О разъяснении по вопросу рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» Федеральный закон «О рекламе» не содержит специальных требований к рекламе, распространяемой в социальных сетях.

В то же время такая реклама должна соответствовать как общим требованиям, установленным Федеральным законом «О рекламе», в том числе требованиям достоверности и добросовестности, так и специальным требованиям, установленным указанным Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров и услуг.

В случае выявления нарушений Федерального закона «О рекламе» антимонопольные органы привлекают виновных лиц к ответственности.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона «О рекламе» следует, что за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 24 Закона «О рекламе» несет ответственность рекламодатель.

Рекламодателем является ООО «Медиа Холл» (ОГРН: 1181690023437, ИНН: 1660310057, юридический адрес: 420029, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Сибирский тракт, д. 34, корпус 5, офис 435).

Исходя из вышеизложенного следует, что распространяемая реклама ООО «Медиа Холл» (ОГРН: 1181690023437, ИНН: 1660310057, юридический адрес: 420029, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Сибирский тракт, д. 34, корпус 5, офис 435) с текстом «<...>» является ненадлежащей, так как не сопровождается предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, что является нарушением части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

Предписание ООО «Медиа Холл» не выдавать в связи с устранением нарушения требований действующего законодательства Российской Федерации о рекламе.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона «О рекламе», реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

Решила:

Признать ненадлежащей рекламу ООО «Медиа Холл» (ОГРН: 1181690023437, ИНН: 1660310057, юридический адрес: 420029, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Сибирский тракт, д. 34, корпус 5, офис 435) распространенную в печатном СМИ «Газета наш рынок» выпуск № 05(97) от 17.02.2021 г. рекламы с текстом «<...>», поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

ООО «Медиа Холл» предписание об устранении нарушений требований действующего законодательства Российской Федерации о рекламе не выдавать.

Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Татарстанского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, в соответствии с Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме «23» июня 2021 г. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198

Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии:

<...> – (должностное лицо)

Члены Комиссии:

<...> – (должностное лицо)

<...> – (должностное лицо)