г.Казань

Комиссия Татарстанского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе <...>, рассмотрев дело №08-462/2010 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в отношении <...> (адрес проживания: 423570, РТ, г.Нижнекамск), в отсутствии законного представителя <...>, надлежащим образом уведомленного о месте и времени рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

Нижнекамская городская прокуратура направила в Татарстанское УФАС России жалобу Управления здравоохранения Исполнительного комитета Муниципального образования «Нижнекамский муниципальный район» по факту распространения в муниципальных больницах рекламных объявлений с текстом следующего содержания: «Оздоровление и омолаживающие методы!!! Профилактика и лечение...», которое содержит признаки нарушения ч.7 ст.24 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ «О рекламе».

<...> были даны следующие письменный пояснения: «считаю, что в моих действиях отсутствуют признаки нарушения законодательства о рекламе по следующим основаниям: Я занимаюсь информационным видом деятельности, то есть сетевым маркетингом и мною организовано распространение информации о профилактике и диагностике заболеваний. При обращении граждан мною осуществляется передача информации о приборе массажер «Акулайф «Тяньши»», модель SHW-A01, его диагностических свойствах. Массажер «Акулайф «Тяньши»» медицинским прибором не является. После проведения диагностики, используя схему акупунктурных точек я объясняю человеку, что на местах где были болевые ощущения у них имеется проблемная зона, далее информирую, что для избавления от возможного заболевания необходимо пройти очищение. Я предлагаю людям прослушать нашу школу здоровья, которая проводится в офисе по адресу: г.Нижнекамск, <...>». <...> компании <...> является <...>, она зарегистрирована в качестве индивидуального предпринимателя и имеет право на предоставление информации в виде обучения. Сутью информации является объяснение гражданам, что такое БАДЫ, их свойства, ответы на вопросы, в том числе и о стоимости продукции. БАДы также не являются лекарственными средствами. Стоимость диагностики на аппарате массажер «Акулайф «Тяньши» 500 рублей. В стоимость включено прослушивание информации (обучение). Собранные суммы я передаю ИП <...>, после пробивается чек через кассу. Медицинские услуги мною или другими сотрудниками нашего офиса не оказываются. Стоимость за диагностику и обучение устанавливается мною и <...> и вносится после обучения. Массажер «Акулайф Тяньши» приобретен мною за личные деньги и не является медицинским прибором. Также хотелось бы отметить то, что нет достоверных сведений и доказательств отвечающих всем требованиям относимости и допустимости о том, что распространяемая реклама распространялась в муниципальных больницах г. Нижнекамска. Вся информация расклеивалась исключительно на улицах города. Более того, Нижнекамской городской прокуратурой была проведена проверка и установлено то, что доводы об оказании мною медицинских услуг без наличия лицензии своего подтверждения не нашли».

Комиссией не приняты во внимание представленные доводы по следующим основаниям.

Согласно пункту 1 части 1 статьи 3 Закона № 38-ФЗ «О рекламе», под рекламой понимается 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.

Информация: «Оздоровление и омолаживающие методы!!! Профилактика и лечение таких заболеваний как: онкология, бесплодие, гипертония, ДЦП, астма, псориаз, боли в суставах и мн. др. Основанные на методах и знаниях тибетской медицины. Консультация бесплатна. Тел.: <...>» содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; распространена печатным способом; преследует строго заданные цели информирования: продвижение медицинских услуг населению, призвана формировать и поддерживать интерес к данному "продукту".

Согласно части 7 статьи 24 Федерального 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.

При этом в тексте рекламы не содержалось предупреждение о наличии противопоказаний к применению и использованию услуг, отсутствовала ссылка на необходимость получения консультации специалистов.

В соответствии с отраслевым стандартом "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.

Объектом рассматриваемой рекламы являются медицинские услуги, поскольку работы и услуги, осуществляемые в вышеуказанной рекламе, в соответствии с Номенклатурой работ и услуг в здравоохранении, утвержденной Заместителем Министра здравоохранения и социального развития Российской Федерации <...>

12 июля 2004 года, являются медицинскими услугами.

В разделе В01 (СЛОЖНЫЕ И КОМПЛЕКСНЫЕ МЕДИЦИНСКИЕ УСЛУГИ) приведены сложные и комплексные медицинские услуги.

В 01.027 Онкология

В 01.027.01 Прием (осмотр, консультация) врача-онколога первичный

В 01.027.02 Прием (осмотр, консультация) врача-онколога повторный

Статья 24 "Реклама лекарственных средств, медицинской техники, изделий медицинского назначения и медицинских услуг, в том числе методов лечения" Федерального закона "О рекламе" направлена на охрану жизни и здоровья населения Российской Федерации, на реализацию положений Конституции Российской Федерации, которая признает человека высшей ценностью общества, право на жизнь - самым важным правом человека, принадлежащим ему от рождения (статьи 2, 17, 20). Конституция Российской Федерации признает право человека на охрану здоровья и медицинскую помощь.

Вышеуказанная реклама распространялась в муниципальных больницах и на улицах г.Нижнекамска, то есть не подпадает под действия исключений перечисленных в части 7 статьи 24 Федерального закона "О рекламе".

Таким образом, распространение <...> рекламных объявлений об профилактики и лечение таких заболеваний как: онкология, бесплодие, гипертония, ДЦП, астма, псориаз, боли в суставах и мн. др. (являющимися медицинским услугами), без предупреждения о наличии противопоказаний к их применению и использованию является ненадлежащей рекламой, противоречащей требованиям части 7 статьи 24 Федерального закона "О рекламе".

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Федерального закона "О рекламе", реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации является ненадлежащей.

Из материалов дела следует, что рекламодателем и рекламораспространителем является <...>.

Из положений частей 6-8 статьи 38 Закона о рекламе следует, что за нарушение части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.06. №38-ФЗ «О рекламе» несет ответственность рекламодатель, рекламораспространитель.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона "О рекламе" и в соответствии с пунктами 37 - 43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламное объявление с текстом следующего содержания: «Оздоровление и омолаживающие методы!!! Профилактика и лечение таких заболеваний как: онкология, бесплодие, гипертония, ДЦП, астма, псориаз, боли в суставах и мн. др. Основанные на методах и знаниях тибетской

медицины. Консультация бесплатна. Тел.: <...>», поскольку в нем нарушены требования части 7 статьи 24 Федерального закона "О рекламе".

2. Выдать <...> предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу УФАС по РТ для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 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.