



Управление Федеральной антимонопольной службы  
по республике Коми

## РЕШЕНИЕ

01 февраля 2016 года

(изготовление решения в  
полном объеме)

27 января 2016 года

(оглашение резолютивной  
части)

№ 03-01/871

г. Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия), в составе:

<...>;

рассмотрев материалы дела № Р 62-10/15, возбужденное в отношении Общества с ограниченной ответственностью «Газета» (далее – ООО «Газета») по факту распространения в газете «ПРО ГОРОД Ухта» от 11.04.2015 № 14 (279) на странице (полосе) 13 рекламы следующего содержания: «Медицинская помощь по акушерству и гинекологии: анализы, обследование, лечение гинекологических заболеваний (в т.ч. эрозии, бесплодия), Запись тел. 74-28-75, Лиц. № ЛО-11-01-000254» с признаками нарушения требований ч. 7 ст. 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе),

в отсутствие:

- Коми Региональной общественной организации по защите прав потребителей «Потребительский надзор» (далее – КРОО «Потребительский надзор»);

- Индивидуального предпринимателя <...>ой (далее – ИП <...>а Е.А.), надлежащим образом извещенного о дате, времени и месте рассмотрения, что

подтверждается уведомлением о вручении 26.12.2016 почтового отправления № 16799193823039 согласно сервису «Отслеживание почтовых отправлений» официального Интернет-сайта ФГУП «Почта России» (<http://www.russianpost.ru/>), ходатайством просит рассмотреть дело в её отсутствие;

- Индивидуального предпринимателя <...>а (далее – ИП <...> В.Д.) надлежащим образом извещенного о дате, времени и месте рассмотрения, что подтверждается уведомлением о вручении 19.12.2016 почтового отправления № 16799193823015;

в присутствии:

- представителя ООО «Газета» - <...>ой А.В., действующей на основании доверенности от 11.01.2016;

#### УСТАНОВИЛА:

В Коми УФАС России поступило обращение КРОО «Потребительский надзор» от 25.08.2015 (вход. № 4796 от 25.08.2015) о распространении в газете «PRO ГОРОД Ухта» от 11.04.2015 № 14 (279) на странице (полосе) 13 рекламы следующего содержания: «Медицинская помощь по акушерству и гинекологии: анализы, обследование, лечение гинекологических заболеваний (в т.ч. эрозии, бесплодия), Запись тел. 74-28-75, Лиц. № ЛО-11-01-000254» с признаками нарушения требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

По указанному факту Определением от 02.10.2015 № 03-01/8830 возбуждено дело № Р 62-10/15 по признакам нарушения ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе в отношении ООО «Газета».

Определениями от 18.11.2015 № 03-01/10338 и от 22.12.2015 № 03-01/11384 в качестве лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечены ИП <...>а Е.А. и Индивидуальный предприниматель <...> Владимир Дмитриевич (далее – ИП <...> В.Д.).

Из материалов дела № Р 62-10/15 (далее – рекламное дело) усматривается нижеследующее.

В соответствии со 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.

Указанная информация содержит следующие признаки рекламы:

- распространена посредством размещения в газете «PRO ГОРОД Ухта» от 11.04.2015 № 14 (279) на странице (полосе) 13;

- адресована неопределенному кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования: услуге

медицинской помощи по акушерству и гинекологии, сбору анализов, проведению обследований, лечению гинекологических заболеваний, формированию и поддержанию интереса к ним и их продвижение на рынке.

Таким образом, указанная информация, распространенная посредством размещения в газете «ПРО ГОРОД Ухта» от 11.04.2015 № 14 (279) на странице (полосе) 13, является рекламой.

Согласно ч. 4 ст. 2 Закона о рекламе специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

В соответствии с ч. 7 ст. 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). 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 ст. 2 Федерального закона от 21.11.2011 № 323 «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» перечислены основные понятия, используемые в настоящем Федеральном законе, в том числе такие, как:

- **медицинская помощь** - комплекс мероприятий, направленных на поддержание и (или) восстановление здоровья и включающих в себя предоставление медицинских услуг;

- **медицинская услуга** - медицинское вмешательство или комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение;

- **медицинское вмешательство** - выполняемые медицинским работником по отношению к пациенту, затрагивающие физическое или психическое состояние человека и имеющие профилактическую, исследовательскую, диагностическую,

лечебную, реабилитационную направленность виды медицинских обследований и (или) медицинских манипуляций, а также искусственное прерывание беременности;

- **лечение** - комплекс медицинских вмешательств, выполняемых по назначению медицинского работника, целью которых является устранение или облегчение проявлений заболевания или заболеваний либо состояний пациента, восстановление или улучшение его здоровья, трудоспособности и качества жизни.

Понятие и перечень медицинских услуг определены [Номенклатурой](#) медицинских услуг, утвержденной приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 27.12.2011 № 1664н (далее – Номенклатура медицинских услуг).

Номенклатура медицинских услуг представляет собой перечень медицинских услуг. Перечень медицинских услуг разделен на два [класса](#): «А» и «В». [Класс «А»](#) включает медицинские услуги, представляющие собой определенные виды медицинских вмешательств, направленные на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющие самостоятельное законченное значение. [Класс «В»](#) включает медицинские услуги, представляющие собой комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение.

Разделы [класса «А»](#) обозначают определенный тип медицинской услуги. В класс «А» включен, в том числе раздел 01 - функциональное обследование без использования приспособлений и/или приборов и выполняемое непосредственно медицинскими работниками (физикальные исследования, включая сбор жалоб, анамнеза, перкуссию, пальпацию и аускультацию), 16 - оперативное лечение, 19 - лечебная физкультура, применяемая при заболеваниях определенных органов и систем.

В разделе 01 класса «А» зарегистрированы, в том числе медицинские услуги: сбор акушерско-гинекологического анамнеза и жалоб (код А01.20.001), в разделе 16 класса «А»: наложение акушерских щипцов (код А16.20.070), резекция ректо-сигмоидного отдела кишки при гинекологической патологии (код А16.20.011.009), резекция мочевого пузыря при гинекологической патологии (код А16.20.011.010), резекция мочеточника при гинекологической патологии (код А16.20.011.011), резекция большого сальника при гинекологической патологии (код А16.20.011.012). В разделе 19 класса «А»: лечебная физкультура в акушерстве (код А19.20.002), индивидуальное занятие лечебной физкультурой в акушерстве (код А19.20.002.001), групповое занятие лечебной физкультурой в акушерстве (код А19.20.002.002), лечебная физкультура с биологической обратной связью в акушерстве (код А19.20.002.003), тренировка с биологической обратной связью по кинезиологическому образу в акушерстве (код А19.20.002.004), тренировка с биологической обратной связью по спирографическим показателям в акушерстве (код А19.20.002.005), тренировка с биологической обратной связью по гемодинамическим показателям (артериальное давление) в акушерстве (код А19.20.002.006).

Разделы [класса «В»](#) обозначают определенный тип медицинской услуги. В класс «В» включен, в том числе раздел 03 - сложная диагностическая услуга (методы

исследования: лабораторный, функциональный, инструментальный, рентгенорадиологический и др.), формирующие диагностические комплексы.

В разделе 03 класса «В» зарегистрированы, в том числе медицинские услуги: общий (клинический) анализ крови (код В03.016.002), общий (клинический) анализ крови развернутый (код В03.016.003), анализ крови биохимический общетерапевтический (код В03.016.004), анализ крови по оценке нарушений липидного обмена биохимический (код В03.016.005), анализ мочи общий (код В03.016.006).

Таким образом, рассматриваемая реклама не является явно не относящейся к медицинским услугам и должна распространяться с учётом требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

В соответствии с [ч. 7 ст. 5](#) Закона о рекламе не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Как следует из [п. 28](#) Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 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.

Поэтому, если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и т.п.), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама - ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования.

В результате анализа содержания рекламы установлено наличие с левого нижнего угла до правого нижнего угла рекламы, площадью 5 процентов от общей площади рекламы, нечитаемой (еле заметной) информации, выполненной в бледном цвете в отличие от иной четко обозначенной и читаемой информации, содержание которой потребитель рекламы не имеет возможности воспринять. Предположительно это необходимое в силу закона предупреждение, однако, при вышеперечисленных обстоятельствах есть все основания считать его отсутствующим.

Рассматриваемая реклама размещена в газете «PRO ГОРОД Ухта», которая, согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации серии ПИ № ТУ 11-0045 от 01.10.2009, является рекламным изданием (реклама более 40 %).

Из материалов рекламного дела усматривается, что газета «PRO ГОРОД Ухта» не является специализированным печатным изданием, предназначенным для медицинских и фармацевтических работников.

С учетом изложенного, рассматриваемая реклама должна распространяться с соблюдением требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

**При таких обстоятельствах рассматриваемая реклама размещена с признаками нарушения требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.**

В силу положений, установленных п. 4 ст. 3 Закона о рекламе ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Ответственность за нарушение требований, установленных ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе, согласно частям 6, 7 ст. 38 Закона о рекламе, несут и рекламоатель, и рекламодатель, и рекламодатель, и рекламодатель.

Согласно ч. 8 ст. 38 Закона о рекламе рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в ч.ч. 6, 7 настоящей статьи, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

Согласно п. 7 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В силу п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламоатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с п. 6 ст. 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Рассматриваемая реклама размещена в газете «PRO ГОРОД Ухта» от 11.04.2015 № 14 (279) на странице (полосе) 13, учредителем которого, согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации серии ПИ № ТУ11 - 0045 от 01.10.2009, является ООО «Газета».

ООО «Газета» в материалы рекламного дела представлены копии следующих документов: Устава редакции средства массовой информации газеты «PRO ГОРОД Ухта», утвержденного учредителем – ООО «Газета» 13.01.2014 (далее – Устав редакции СМИ), согласно пункту 1.3 которого редакцией средства массовой информации является ИП <...>а Е.А., в данный момент ИП <...>а Е.А., в связи со сменой фамилии (ИНН 431202013981); договора купли-продажи печатных площадей (полос) № 1, заключенного 01.01.2014 между ООО «Газета» и ИП <...>ой Е.А. (далее – Договор от 01.01.2014 № 1); заявки на печатные площади (полосы) от 10.04.2015 (приложение № 2 к Договору от 01.01.2014 № 1); акта приема-передачи печатных площадей (полос) от 10.04.2015.

Из материалов рекламного дела усматривается, что рекламопроизводителем и рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП <...>а Е.А.

Согласно письменной информации, представленной ИП <...>ой Е.А. и ИП <...>ым В.Д. в материалы рекламного дела, рекламоателем рассматриваемой рекламы является ИП <...> В.Д. Содержание рассматриваемой рекламы и ее наполнение определено рекламоателем. ИП <...> В.Д. подал заявку на производство и

размещение рекламы. Реклама была изготовлена сотрудниками редакции газеты, направлена ИП <...>у В.Д. на согласование по электронной почте, согласована и оплачена.

ИП <...>ой Е.А. в материалы рекламного дела представлены копии следующих документов: договора от 28.06.2012 № 194, акта от 13.04.2015 № 597, счета от 01.04.2015 № 791.

Согласно письменным пояснениям, представленным ИП <...>ой Е.А. в материалы рекламного дела, и пояснениям, данным представителем ИП <...>ой Е.А. – <...>ой А.В. в ходе рассмотрения рекламного дела, размещение рекламы в нарушение требований Закона о рекламе произошло по причине неудачного расположения надписи, в связи с чем эта надпись при некачественной печати стала нечитаемой. По упущению сотрудников редакции реклама, ранее согласованная и соответствующая требованиям ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе, была размещена в Газете из-за неудачного выбранного шрифта, в связи с чем предупреждающая надпись плохо воспринималась, соответственно данная информация отсутствовала.

В письменных пояснениях, представленных в материалы рекламного дела, ИП <...> В.Д. указал, что рассматриваемая реклама была согласована им с учетом требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе. Однако, согласование по электронной почте не сохранилось.

При таких обстоятельствах достаточных оснований полагать о наличии вины рекламодателя – ИП <...>а В.Д. в нарушении требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе не имеется.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе произошло по вине рекламопроизводителя и рекламораспространителя ИП <...>ой Е.А.

Из материалов рекламного дела усматривается, что ИП <...>ой Е.А. не предпринято должных мер, направленных на соответствие рекламы требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, что и привело к рассматриваемому нарушению.

**Таким образом, ИП <...>ой Е.А. нарушены требования ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.**

Поскольку вина ООО «Газета» и ИП <...>а В.Д. в нарушении требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе Комиссией не установлена, дело № Р 62-10/15 в отношении указанных лиц подлежит прекращению.

Из материалов рекламного дела следует, что рассматриваемая реклама распространялась на территории г. Ухты Республики Коми 11.04.2015.

На дату принятия Комиссией решения в материалах рекламного дела отсутствуют доказательства прекращения распространения ненадлежащей рекламы.

В связи с изложенным, Комиссия приходит к выводу о необходимости выдаче ИП <...>ой Е.А. предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы.

На основании изложенного, руководствуясь п. 4 ст. 3, п. 2 ч. 1 ст. 33, п. 7 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37 – 43, 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, п. 3.58 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12, Комиссия

## РЕШИЛА:

1. Признать рекламу следующего содержания: «Медицинская помощь по акушерству и гинекологии: анализы, обследование, лечение гинекологических заболеваний (в т.ч. эрозии, бесплодия), Запись тел. 74-28-75, Лиц. № ЛО-11-01-000254», распространенную в газете «ПРО ГОРОД Ухта» от 11.04.2015 № 14 (279), ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.
2. Выдать ИП <...>ой Е.А. предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения указанной в п. 1 Решения рекламы.
3. Производство по делу № Р 62-10/15 в отношении ООО «Газета» прекратить.
4. Производство по делу № Р 62-10/15 в отношении ИП <...>а В.Д. прекратить.
5. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении ИП <...>ой Е.А. дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 5 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 01 февраля 2016 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.



Управление Федеральной антимонопольной службы  
по республике Коми



# ПРЕДПИСАНИЕ

## О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

01 февраля 2016 года

№ \_03-01/871

Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее – Коми УФАС России) по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия), в составе:

<...>;

на основании своего Решения от 27.01.2016 по делу № Р 62-10/15 о признании рекламы «Медицинская помощь по акушерству и гинекологии: анализы, обследование, лечение гинекологических заболеваний (в т.ч. эрозии, бесплодия), Запись тел. 74-28-75, Лиц. № ЛО-11-01-000254», размещенную в периодическом печатном издании «PRO ГОРОД Ухта», форма распространения – газета, от 11.04.2015 № 14 (279) на странице (полосе) 13, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования ч. 7 ст. 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Закона о рекламе, пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Индивидуальному предпринимателю <...>ой, **в десятидневный срок** со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: распространение в газете «PRO ГОРОД Ухта» рекламы «Медицинская помощь по акушерству и гинекологии:

анализы, обследование, лечение гинекологических заболеваний (в т.ч. эрозии, бесплодия), Запись тел. 74-28-75, Лиц. № ЛО-11-01-000254» в нарушение требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

2. Индивидуальному предпринимателю <...>ой Елене Алексеевне, , представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания **до 26 февраля 2016 года.**

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе, Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностное лицо административный штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей.

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