

РЕШЕНИЕ

Резолютивная часть решения оглашена «29» марта 2012 г.

Решение в полном объеме изготовлено «03» апреля 2012 г.

г.

Новосибирск

Комиссия Новосибирского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы Т.В. Лопаткина,

члены Комиссии: Е.А. Скоп – специалист-эксперт отдела рекламы,

Е.А. Бессонова – специалист-эксперт отдела рекламы,

рассмотрев дело № 91, возбужденное в отношении Общества с ограниченной ответственностью «Реклама в регионах» (юридический адрес: 630099, г. Новосибирск, ул. Потанинская, д. 6), по факту размещения в журнале «Baby style» № 3 август 2011 г. на стр. 11 рекламной информация: «Современная детская офтальмология...», с признаками нарушения:

- ч. 7 ст. 24 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон 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 присутствии:

представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе - директора ООО «Реклама в регионах» «...»

заинтересованного лица ООО «Дева» - не явился, уведомлен надлежащим образом.

У С Т А Н О В И Л А:

В ходе проведенного Новосибирским УФАС России в августе 2011 г. мониторинга рекламной информации, размещаемой в печатных СМИ, распространяемых на территории г. Новосибирска, на предмет соблюдения требований Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) было установлено следующее.

В журнале «Baby style» № 3 август 2011 г. на стр. 11 размещалась информация следующего содержания:

«Современная детская офтальмология/ Специальные программы обследования и лечения детей/Современные терапевтические методы лечения/ Хирургическое лечение врожденных глазных заболеваний. Близорукости, косоглазия/Уникальный комплекс оборудования/Подбор контактных линз/New!/Уникальный педиатрический авторефрактометр PlusOptix A09, дает возможность получать точные измерения с расстояния 1 метра, без расширения зрачка сразу на оба глаза./Клиника детской офтальмологии «Эксимер KIDS*»/Новосибирск, ул. Фрунзе, д. 57 а, телефон: (383) 218-70-55/ www.excimerclinic.ru/Лицензия № ЛО-54-01-000067 от 24.07.2008 г. Минздрава НСО».

Согласно 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;

объект рекламирования - 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.

Указанная выше информация по своему содержанию, способу распространения размещена с целью привлечения внимания потребителей и формирования их интереса к конкретному объекту рекламирования - офтальмологическим услугам, оказываемой клиникой детям (специальные программы обследования и лечения детей, современные терапевтические методы лечения, хирургическое лечение врожденных глазных заболеваний, близорукости, косоглазия, подбор контактных линз), а также медицинскому аппарату - педиатрический авторефрактометр PlusOptix A09, тем самым, способствует их продвижению на соответствующем рынке.

Как установлено материалами дела, рекламируемые услуги оказывает ООО «Детская офтальмологическая клиника «Эксимер» (далее – ООО «ДОК «Эксимер») на основании Лицензии на осуществление медицинской деятельности № ЛО-54-01-000067 от 24.07.2008 г. по медицинскому массажу, сестринскому делу, на работы (услуги) выполняемые при осуществлении амбулаторно-поликлинической помощи, в том числе при осуществлении специализированной медицинской помощи по офтальмологии, неврологии.

Педиатрический авторефрактометр PlusOptix A09 является изделием медицинской техники согласно Регистрационному удостоверению № ФСЗ 2010/07199 от 21.06.2010 г., имеет Сертификат соответствия № РОСС DE.ИМ04.В07752 от 06.08.2010 г.

Согласно ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе, согласно которой 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 рассматриваемой рекламной информации отсутствует обязательная предупредительная надпись о необходимости проконсультироваться со специалистом, которая должна составлять 5% от рекламной площади (рекламного пространства).

В силу пункта 4 Положения о лицензировании медицинской деятельности, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 22.01.2007 N 30, медицинская деятельность предусматривает выполнение работ (услуг) по оказанию доврачебной, амбулаторно-поликлинической, стационарной, высокотехнологичной, скорой и санаторно-курортной медицинской помощи в соответствии с перечнем согласно приложению.

Согласно отраслевому стандарту "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.

В соответствии с пунктом 4 Постановления Правительства Российской Федерации от 22.01.2007 N 30 "Об утверждении Положения о лицензировании медицинской деятельности", медицинская деятельность предусматривает выполнение работ (услуг) по оказанию доврачебной, амбулаторно-поликлинической, стационарной, высокотехнологичной, скорой и санаторно-курортной медицинской помощи в соответствии с перечнем согласно приложению. В перечень работ (услуг) при осуществлении медицинской деятельности включены работы (услуги) по медицинской оптике и офтальмологии.

Приказом Министерства здравоохранения Российской Федерации от 10.04.2001 N 113 введен Отраслевой классификатор "Простые медицинские услуги" (ОК ПМУ N 91500.09.0001-2001), из которого следует, что к простым медицинским услугам относится деятельность по определению параметров зрения, в том числе рефрактометрия, офтальмометрия.

Поскольку распространенная реклама направлена на формирование у потребителя желания воспользоваться услугами, то существенной является не только информация привлекательная для потребителя, но и информация способная обмануть ожидания, сформированные такой рекламой. Отсутствие информации с предупреждением о наличии противопоказаний при применении указанных медицинских услуг (получении определенного назначенного лечения

пациентом, которому противопоказано назначенное лечение) необходимости предварительной консультации, может привести к неблагоприятным последствиям для потребителя и представлять потенциальную угрозу здоровью неограниченного круга лиц (в частности детям).

В норме ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе не предусмотрено каких-либо исключений, связанных с необязательностью предупреждать о наличии противопоказаний при оказании медицинских услуг.

Таким образом, данные обстоятельства указывают на нарушение ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

Рекламодателем, в силу п. 5 ст. 3 Закона о рекламе, является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рассматриваемая рекламная информация, размещалась на основании Договора № 000015 на рекламное обслуживание от 27.07.2011 г., согласно которому рекламодатель (ООО «Дева») принимает на себя обязательства за плату оказать услуги по производству и (или) и размещению рекламных материалов рекламодателя (ООО «Реклама в регионах») в соответствии с заявками рекламодателя.

П. 6.6 указанного договора установлено, что рекламодатель несет полную ответственность за несоответствие содержания представленных им рекламных материалов действительности и законодательству РФ.

Также представлены Заявка от 27.07.2011 г., Акт выполненных работ № 4 от 15.08.2011 г., по которому обязательства сторонами выполнены полностью и в срок, п/поручение № 946 от 01.08.2011 г.

В свою очередь ООО «Реклама в регионах» (агентство) заключило договор о комплексном рекламном обслуживании от 01.06.2009 г. с ООО «ДОК «Эксимер» (клиент), по которому агентство оказывает клиенту услуги по подготовке и размещению рекламных материалов в средствах массовой информации.

Во исполнение данного Договора представлены платежное поручение № 311 от 27.07.2011 г., Счет № 221 от 27.07.2011 г., Акт приемки-сдачи выполненных работ № 231 от 31.08.2011 г.

Согласно письменным пояснениям директора ООО «Реклама в регионах» Осипова С.Ю., оригинал макет опубликованной рекламной информации был изготовлен рекламным отделом ООО «ДОК «Эксимер», но доработка этого макета под нужные размеры, цветность, внесение в макет предупреждений о противопоказаниях, проводилась сотрудниками ООО «Реклама в регионах».

Данное нарушение произошло в связи с внеплановым размещением материала, номер сдавался в печать и сотрудниками журнала было предложено разместить рекламу на выгодных условиях только в этот номер <...> отсюда

срочность размещения и доработки нового оригинал-макета. В самом макете видно, что внизу есть пустое место, отведенное под предупредительную фразу размером 5%.

Таким образом, ответственным лицом за нарушение требований ч.7 ст. 24 Закона о рекламе является ООО «Реклама в регионах».

На заседании Комиссии Осипов С.Ю. согласился с допущенным нарушением, дополнительно указал, что одновременно является работником двух организаций – директором ООО «Реклама в регионах» и менеджером по рекламе ООО «ДОК «Эксимер» (в должности только с 05.12.2012 года, до момента совершения нарушения (момент размещения ненадлежащей рекламы) являлся сотрудником в той же должности ООО «Офтальмологическая клиника «Эксимер», которые действуют в рамках одной системы клиник «Эксимер»), он самостоятельно разработал оригинал-макет и подготовил его к печати.

Комиссия принимает данные доводы во внимание.

Согласно п.4 ст. 3 Закона о рекламе, ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации. Ненадлежащая реклама не допускается.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия, руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13 марта 2006г. и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

РЕШИЛА:

1. Признать Общество с ограниченной ответственностью «Реклама в регионах» (юридический адрес: 630099, г. Новосибирск, ул. Потанинская, д. 6) нарушившим требования:

ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе, согласно которой 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),

а рекламную информацию, размещенную в журнале «Baby style» № 3 август 2011 г. на стр. 11 следующего содержания: «Современная детская офтальмология/ Специальные программы обследования и лечения детей/Современные терапевтические методы лечения/ Хирургическое лечение врожденных глазных заболеваний. Близорукости, косоглазия/Уникальный комплекс оборудования/Подбор контактных линз/New!/Уникальный педиатрический

авторефрактометр PlusOptix A09, дает возможность получать точные измерения с расстояния 1 метра, без расширения зрачка сразу на оба глаза./Клиника детской офтальмологии «Эксимер KIDS*/Новосибирск, ул. Фрунзе, д. 57 а, телефон: (383) 218-70-55/ www.excimerclinic.ru/Лицензия № ЛО-54-01-000067 от 24.07.2008 г. Минздрава НСО», ненадлежащей рекламой.

2. Выдать Обществу с ограниченной ответственностью «Реклама в регионах» предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

3. Выдать рекламодателю - Обществу с ограниченной ответственностью «Дева» предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Новосибирского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 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.

Председатель Комиссии

_____ Т.В. Лопаткина

Члены Комиссии

_____ Е.А. Скоп

_____ Е.А. Бессонова

ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ №1

«03» апреля 2012 г.

г. Новосибирск

Комиссия Новосибирского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы Т.В. Лопаткина,

члены Комиссии: Е.А. Скоп – специалист-эксперт отдела рекламы,

Е.А. Бессонова – специалист-эксперт отдела рекламы,

на основании своего решения от 03 апреля 2011 г. по делу № 91 о признании рекламы, размещаемой в журнале «Baby style» № 3 август 2011 г. на стр. 11 следующего содержания: «Современная детская офтальмология/ Специальные программы обследования и лечения детей/Современные терапевтические методы лечения/ Хирургическое лечение врожденных глазных заболеваний. Близорукости, косоглазия/Уникальный комплекс оборудования/Подбор контактных линз/New!/Уникальный педиатрический авторефрактометр PlusOptix A09, дает возможность получать точные измерения с расстояния 1 метра, без расширения зрачка сразу на оба глаза./Клиника детской офтальмологии «Эксимер KIDS*»/Новосибирск, ул. Фрунзе, д. 57 а, телефон: (383) 218-70-55/ www.excimerclinic.ru/Лицензия № ЛО-54-01-000067 от 24.07.2008 г. Минздрава НСО», ненадлежащей,

в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1,3 статьи 36 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Обществу с ограниченной ответственностью «Реклама в регионах» (юридический адрес: 630099, г. Новосибирск, ул. Потанинская, д. 6) в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе. Для этого прекратить распространение рекламы с нарушением требований:

- Ч. 7 ст. 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), в том числе, указанную выше.

2. ООО «Реклама в регионах» представить в Новосибирское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания, в срок до «30» апреля 2012 г.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Новосибирское УФАС России вправе в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей, на юридических лиц - от

трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Председатель Комиссии

_____ Т.В. Лопаткина

Члены Комиссии

_____ Е.А. Скоп

_____ Е.А. Бессонова

ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ №2

«03» апреля 2012 г.

г. Новосибирск

Комиссия Новосибирского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы Т.В. Лопаткина,

члены Комиссии: Е.А. Скоп – специалист-эксперт отдела рекламы,

Е.А. Бессонова – специалист-эксперт отдела рекламы,

на основании своего решения от 03 апреля 2011 г. по делу № 91 о признании рекламы, размещаемой в журнале «Baby style» № 3 август 2011 г. на стр. 11 следующего содержания: «Современная детская офтальмология/ Специальные программы обследования и лечения детей/Современные терапевтические методы лечения/ Хирургическое лечение врожденных глазных заболеваний. Близорукости, косоглазия/Уникальный комплекс оборудования/Подбор контактных линз/New!/Уникальный педиатрический авторефрактометр PlusOptix A09, дает возможность получать точные измерения с расстояния 1 метра, без расширения зрачка сразу на оба глаза./Клиника детской офтальмологии «Эксимер KIDS*»/Новосибирск, ул. Фрунзе, д. 57 а, телефон: (383) 218-70-55/ www.excimerclinic.ru/Лицензия № ЛО-54-01-000067 от 24.07.2008 г. Минздрава НСО», ненадлежащей,

в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1,3 статьи 36 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Обществу с ограниченной ответственностью «Дева» (юридический адрес: 630082, г. Новосибирск, ул. Д.Донского, д. 43, кв. 24, ИНН 5402535615, фактический адрес: 630099, г. Новосибирск, ул. Орджоникидзе, д. 40, оф. 6820) в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе. Для этого прекратить распространение рекламы с нарушением требований:

- Ч. 7 ст. 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), в том числе, указанную выше.

2. ООО «Дева» представить в Новосибирское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания, в срок до «30» апреля 2012 г.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Новосибирское УФАС России вправе в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей, на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Председатель Комиссии

_____ Т.В. Лопаткина

Члены Комиссии

_____ Е.А. Скоп

_____ Е.А. Бессонова

