

РЕШЕНИЕ № 26/2016

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Вологодской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: Осипов С.В. – заместитель руководителя Управления;

члены Комиссии:

Власов А.А. – начальник отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и торговли;

Есина Е.М. – специалист-эксперт отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и торговли;

Ларичева Н.С. - специалист-эксперт отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и торговли,

рассмотрев дело №26/2016 по признакам нарушения ООО «МЛДЦ «Лекарь» (далее- Общество) Федерального закона 2006 года №38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон «О рекламе»),

в присутствии:

- лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

- директора Общества: <...> согласно приказу №1/1 от 09.08.2005 г.;

- представителя Общества: <...> по доверенности от 15.08.2016 г.,

УСТАНОВИЛА:

Должностным лицом отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и торговли Управления Федеральной антимонопольной службы по Вологодской области (далее- Управление), в ходе рассмотрения заявления Территориального органа Росздравнадзора по Вологодской области от 23.05.2016 г., установлено, что в листовке распространялась реклама медицинского центра «Лекарь» следующего содержания: «ООО «Медицинский центр» ЛЕКАРЬ.. доктор в кармане.. телемониторинг.. показания к применению процедуры Plasmolifting в гинекологии..», которая имеет признаки нарушения ч.7 ст. 24 Закона «О рекламе».

В силу 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.

Указанные листовки были обнаружены в вестибюле 1 этажа здания по адресу: г. Вологда, ул. Челюскинцев, дом 9.

Рекламодателем данной рекламы, т.е. изготовителем или продавцом товара либо иным определившим объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицом, является **Общество**.

Рекламораспространителем, т.е. лицом, осуществляющим распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, является Общество.

На рассмотрении дела директор Общества пояснил, что указанные листовки не являются рекламой, а носят информационный характер и предназначены для медицинских и фармацевтических работников. Указанные листовки были заказаны ООО «МЛДЦ «Лекарь» в ООО «Мир рекламы» согласно договорам на изготовление полиграфической продукции №05/06/2014-1 от 05.06.2014 г., №15/04/2014-1 от 15.04.2014 г. Согласно пояснениям Общества, листовки размещаются на столе администратора-кассира и используются исключительно при проведении медицинских и фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия приходит к выводу, что данная реклама является ненадлежащей.

В пункте 1 статьи 3 Закона «О рекламе» определено, что реклама - 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.

Пункт 2 статьи 3 Закона «О рекламе» определяет, что объектом рекламирования является товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимание к которым направлена реклама, а пункт 3 статьи 3 - товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В силу 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.

Из материалов дела следует, что на 1 этаже здания по адресу: г. Вологда, ул. Челюскинцев, дом 9, размещались листовки следующего содержания: «ООО «Медицинский центр» ЛЕКАРЬ.. доктор в кармане.. телемониторинг.. показания к применению процедуры Plasmolifting в гинекологии..», согласно письменным пояснениям руководителя Росздравнадзора по Вологодской области <...> от 29.08.2016 г.

Указанные в данной рекламе услуги в соответствии с Номенклатурой медицинских услуг, утвержденной приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 27 декабря 2011 года № 1664н, относятся к медицинским услугам.

В распространенной рекламе указанных медицинских услуг предупреждение о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов отсутствовало.

Согласно акту Вологодского УФАС России от 17.06.2016 г. в вестибюле 1 этажа здания по адресу: г. Вологда, ул. Челюскинцев, дом 9, так же размещались другие листовки ООО «МЛДЦ «Лекарь», следующего содержания: «Медицинский центр Лекарь...сбор анализов...массаж... УЗИ брюшной полости, сосудов, сердца, щитовидной железы, молочной железы и тд.. », «... проверьте щитовидную железу.. лечение заболеваний щитовидной железы без боли и скальпеля...».

При рассмотрении вопроса о том, является ли указанные листовки рекламой, Комиссией установлено, что содержащейся в спорной листовке информация имеет признаки рекламы, так как данная информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечения внимания, как к самому медицинскому центру «Лекарь», так и к услугам предоставляемых в нем.

Из указанного следует, что целью распространения листовок является поддержание интереса к предоставляемым Обществом услугам и способствование их реализации, то есть спорные листовки носят рекламный характер.

Таким образом, учитывая указанные обстоятельства, рекламные листовки Общества, не соответствует требованиям части 7 статьи 24 Закона «О рекламе».

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

Согласно части 6 и 7 статьи 38 Закона «О рекламе», рекламораспространитель и рекламодатель несут ответственность за нарушение ч. 7 ст.24 названного Федерального закона.

Рекламодателем данной рекламы, т.е. изготовителем или продавцом товара либо иным определившим объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицом, является ООО «МЛДЦ «Лекарь», согласно договорам на изготовление

полиграфической продукции №05/06/2014-1 от 05.06.2014 г., №15/04/2014-1 от 15.04.2014 г., письменным пояснениям Общества №2217 от 16.06.2016 г.

Рекламораспространителем данной рекламы, то есть лицом, осуществляющим распространение любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, является Общество, согласно письменным пояснениям Общества №2217 от 16.06.2016 г.

На основании вышеизложенного, руководствуясь статьей 36 Закона «О рекламе», в соответствии с пунктом 37 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу ООО «МЛДЦ «Лекарь» размещенную в листовках следующего содержания: «ООО «Медицинский центр» ЛЕКАРЬ.. доктор в кармане.. телемониторинг.. показания к применению процедуры Plasmolifting в гинекологии..», «Медицинский центр Лекарь...сбор анализов...массаж... УЗИ брюшной полости, сосудов, сердца, щитовидной железы, молочной железы и тд.. », «... проверьте щитовидную железу.. лечение заболеваний щитовидной железы без боли и скальпеля...», поскольку она не соответствует требованиям части 7 статьи 24 Закона «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не выдавать, в связи с устранением нарушения.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Вологодского 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 суд в трехмесячный срок со дня вынесения решения.

Подача заявления о признании недействительным решения антимонопольного органа не приостанавливает исполнение решения, если судом не будет вынесено определение о приостановлении исполнения решения.

Председатель Комиссии _____

С.В. Осипов