

Управление Федеральной антимонопольной службы
по республике Коми

РЕШЕНИЕ

15 сентября 2014 года

(изготовление решения в полном объеме)

15 сентября 2014 года

(оглашение резолютивной части)

№ 03-01/8223

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 48-08/14, возбужденного в отношении ООО «Город 11», адрес места нахождения: 167000, Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Первомайская, д. 70, корпус Б, и ООО «ЛадаМед», адрес места нахождения: 167000, Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Орджоникидзе, 33/45, по факту распространения на странице 14 газеты «ПРО ГОРОД Сыктывкар» № 12 (289) от 22.03.2014 рекламной статьи под названием «Кому поможет остеопат?» с признаками нарушения требований ч. 7 ст. 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе),

в присутствии представителя индивидуального предпринимателя <...> – <...> , действующей на основании доверенности от 09.01.2014,

в отсутствие <...> , надлежащим образом извещенной о месте и времени рассмотрения дела, что подтверждается уведомлением о вручении 09.09.2014 почтового отправления № 16799177747368, направившей ходатайство (вх. № 5439 от 12.09.2014) о рассмотрении дела в её отсутствие,

УСТАНОВИЛА:

Коми УФАС России в ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе выявлено распространение на странице 14 газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар» № 12 (289) от 22.03.2014 рекламной статьи под названием «Кому поможет остеопат?» в которой, в том числе говорится о приеме в Медицинском центре «ЛадаМед» врача мануальной терапии, врача-osteopata (далее – рассматриваемая реклама).

По указанному факту определением № 03-01/7163 от 15.08.2014 возбуждено дело № Р 48-08/14 по признакам нарушения ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе в отношении ООО «Город 11» и ООО «ЛадаМед».

Определением № 03-01/7785 от 02.09.2014 ненадлежащие лица, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – ООО «Город 11» и ООО «ЛадаМед» заменены надлежащими – ИП <...> и <...>.

Из материалов дела № Р 48-08/14 (далее – рекламное дело) усматривается нижеследующее.

В соответствии с п. 1 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.

Вышеуказанная информация содержит все правовые признаки рекламы:

- распространена посредством размещения в периодическом печатном средстве массовой информации, а именно, на странице 14 газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар» № 12 (289) от 22.03.2014;

- адресована неопределенному кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования: Медицинскому центру «ЛадаМед», приему врача мануальной терапии, врача-osteopata, формирование и поддержание интереса к ним, и их продвижение на рынке.

Таким образом, указанная информация, размещенная на странице 14 газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар» № 12 (289) от 22.03.2014, является рекламой.

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 силу 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.

Из содержания рассматриваемой рекламы усматривается, что она не является явно не относящейся к рекламе медицинских услуг.

Согласно ст. 2 Федерального закона № 323 от 21.11.2011 «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» медицинская услуга - медицинское вмешательство или комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение.

Перечень медицинских услуг утвержден приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 27.12.2011 № 1664н «Об утверждении номенклатуры медицинских услуг».

Номенклатура медицинских услуг представляет собой перечень медицинских услуг, разделенных на два [класса: «А» и «В»](#).

[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 «В»](#) обозначают определенный тип медицинской услуги. В класс «В» включен, в том числе раздел 01 – врачебная лечебно-диагностическая услуга.

В разделе 01 класса «В» зарегистрированы, в том числе следующие медицинские услуги: «Прием (осмотр, консультация) врача-osteопата первичный» (код В01.069.002), «Прием (осмотр, консультация) врача-osteопата повторный» (код В01.069.003), «Прием (осмотр, консультация) врача мануальной терапии первичный» (В01.022.001), «Прием (осмотр, консультация) врача мануальной терапии повторный» (код В01.022.002).

Основными противопоказаниями к проведению остеопатической терапии являются:

- острая сердечная недостаточность,
- хроническая сердечно-сосудистая недостаточность в стадии выраженной декомпенсации,

- выраженная декомпенсация хронических заболеваний других органов и систем (печеночная недостаточность, почечная недостаточность в стадии декомпенсации и др.),
- кровотечения, гемофилия, тромбоз сосудов (острый и подострый период),
- острые инфекционные заболевания, в том числе туберкулез в открытой форме,
- острые нарушения мозгового и спинномозгового кровообращения,
- системные заболевания крови и злокачественные новообразования,
- патологическая ломкость костей, резко выраженный остеопороз,
- острые и подострые воспалительные и инфекционные заболевания головного и спинного мозга и его оболочек (менингиты, арахноидиты, миелиты и др.),
- свежие травматические повреждения костей и суставов, позвоночника и черепа, внутренних органов,
- выраженная внутричерепная гипертензия (стадия декомпенсации),
- острые психические расстройства (<http://osteo-kom.ru/protivopokazaniya-dlya-osteopatii/>).

Рассматриваемая реклама размещена в газете «PRO ГОРОД Сыктывкар», которая, согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ 11-0046 от 01.10.2009, является рекламным изданием (реклама более 40 %).

Из материалов рекламного дела усматривается, что газета «PRO ГОРОД Сыктывкар» 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.

Рассматриваемая реклама не содержит ни одного из предусмотренных ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе видов предупреждений.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона о рекламе ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

При таких обстоятельствах рассматриваемая реклама размещена в нарушение требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

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

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

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламодаделец - изготовитель или

продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

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

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

Учредителем газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар», согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ 11-0046 от 01.10.2009, является ООО «Город 11».

В силу ст. 2 Закона РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» под редакцией средства массовой информации понимается организация, учреждение, предприятие либо гражданин, объединение граждан, осуществляющие производство и выпуск средства массовой информации.

ООО «Город 11» и ИП <...> в материалы рекламного дела представлена копия Устава редакции средства массовой информации газета «PRO ГОРОД Сыктывкар», утвержденного учредителем - ООО «Город 11» 02.09.2013 (далее – Устав).

Согласно Уставу редакцией средства массовой информации является ИП <...>; редакция осуществляет производство и выпуск газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар», информационно-рекламную деятельность; редакция обязана осуществлять все действия, связанные с подготовкой к размещению информационных и иных материалов.

В материалы рекламного дела представлена копия договора № 35, заключенного 01.03.2014 между ИП <...> (исполнитель, рекламодатель) и <...> (заказчик), согласно которому ИП <...> по заданию заказчика обязуется возмездно оказать услуги по размещению рекламных и/или информационных материалов в газете «PRO ГОРОД Сыктывкар». Приложением к договору является подписанная сторонами заявка на производство и размещение рекламных и/или информационных материалов.

В материалах рекламного дела имеются также копии рекламы, согласованной <...>, счета № 537 от 12.03.2014 и акта № 00000778 от 28.08.2014, согласно которому услуги ИП <...> по размещению в газете «PRO ГОРОД Сыктывкар» № 12 выполнены полностью и в срок, заказчик (<...>) претензий по объему, качеству и срокам оказания услуг не имеет.

Из письменной информации, представленной в материалы рекламного дела лицами, участвующими в деле, следует, что <...> обратилась к сотрудникам ИП <...> с просьбой разместить рекламный материал в газете «PRO ГОРОД Сыктывкар» и предоставила информацию для изготовления рекламы; сотрудники ИП <...> подготовили рекламный материал и письменно согласовали его с заказчиком.

<...> в письменных пояснениях, представленных в материалы рекламного дела, указала, что в соблюдении законодательства о рекламе полагалась на

профессионализм и опыт сотрудников ИП <...>; претензий к ИП <...> в связи с изготовлением и размещением рассматриваемой рекламы не имеет.

Из материалов рекламного дела усматривается, что <...> определила объекты рекламирования и содержание рассматриваемой рекламы, ИП <...> привёл информацию в готовую для распространения в виде рекламы форму, разместив её в газете «PRO ГОРОД Сыктывкар», затем распространил рассматриваемую рекламу посредством указанного печатного средства массовой информации.

При таких обстоятельствах рекламодателем рассматриваемой рекламы является <...>, рекламопроизводителем и рекламораспространителем - ИП <...>.

Согласно сведениям официального интернет-сайта ФНС России основным видом экономической деятельности ИП <...> является рекламная деятельность, дополнительными – прочая полиграфическая деятельность, издательская деятельность, издание газет.

Из вышеизложенного следует, что рассматриваемая реклама размещена ИП <...> с целью получения им прибыли от экономической деятельности, что отвечает целям предпринимательской деятельности.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе произошло как по вине рекламодателя рассматриваемой рекламы – <...>, так и по вине рекламопроизводителя и рекламораспространителя – ИП <...>.

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

Таким образом, <...> и ИП <...> нарушены требования ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

Из материалов рекламного дела следует, что рассматриваемая реклама распространялась в газете «PRO ГОРОД Сыктывкар» 22.03.2014 на территории г. Сыктывкара Республики Коми.

На дату принятия Комиссией решения в материалах рекламного дела отсутствуют доказательства прекращения распространения ненадлежащей рекламы. В связи с чем, Комиссия приходит к выводу о необходимости выдачи ИП <...> и <...> предписаний 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 – 44 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,

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу под названием «Кому поможет остеопат?», размещенную на странице 14 газеты «ПРО ГОРОД Сыктывкар» № 12 (289) от 22.03.2014, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.
2. Выдать ИП <...> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения указанной в пункте 1 Решения ненадлежащей рекламы.
3. Выдать <...> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения указанной в пункте 1 Решения ненадлежащей рекламы.
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении ИП <...> дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 5 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.
5. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении <...> дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 5 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 15 сентября 2014 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>