

## Решение № Р15/116-02

16.10.2015 г.

г. Тюмень

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

Председатель Комиссии:	Поткина И.В.	-заместитель руководителя управления;
Члены Комиссии:	Огнева Е.Н.	- ведущий специалист-эксперт;
	Колов Е.Г	- специалист-эксперт

рассмотрев дело № Р15/116 возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы медицинских услуг в журнале «Урал.РФ», выпуск №1 июнь 2015 года,

в присутствии представителя ООО «Бизнес технологии» -<...>. (доверенность б/н от 12.10.2015),

### УСТАНОВИЛА:

Тюменским УФАС России в рамках реализации полномочий по контролю за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе был осуществлен обзор периодического печатного издания – журнал «Урал.РФ», выпуск №1 июнь 2015 года. В ходе обзора было установлено, что на странице 62-63 размещена реклама медицинского центра «УроПроф» в виде беседы с урологом-андрологом высшей квалификации Алборовым Р.Г. под условным названием: «О чем думают мужчины».

Согласно части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон 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 вышеуказанной рекламе отсутствует предупреждение о наличии противопоказаний к применению услуг, упомянутых в рекламе.

Таким образом, данная реклама содержит признаки нарушения требований части 7 статьи 24 Закона о рекламе.

Определением от 17.09.2015 №Р15/116-01 возбуждено дело в отношении ООО

«Бизнес технологии».

Как следует из представленных на рассмотрение дела ООО «Бизнес технологии» объяснений и документов (вх.7715 от 15.10.2015г.), верстка номеров организуется в соответствии с распоряжениями и указаниями главного редактора ООО «Бизнес технологии». Контроль за выходом статей, фото и других материалов, их соответствие нормам законодательства осуществляется также главным редактором, которому предоставлены все соответствующие обязанности и права в соответствии с должностной инструкцией. Отсутствие предупреждающей надписи допущено по вине главного редактора в силу первого выхода номера издания и на тот момент малой осведомленности главного редактора о специфике размещения рекламных материалов на медицинскую тему. Согласно пункту 2.5. Должностной инструкции главный редактор обязан осуществлять контроль за соответствием публикаций издания и самого издания требованиям действующего законодательства РФ.

Как пояснил представитель ООО «Бизнес технологии» Договор на публикацию на стр.62-63 рекламы медицинского центра «УроПроф» в виде беседы с урологом-андрологом под условным названием: «О чем думают мужчины» в письменном виде не заключался.

Указанная публикация была осуществлена по инициативе ООО «Бизнес технологии» с согласия данного врача. Целью данной публикации было привлечение дополнительного внимания читательской аудитории к журналу «Урал.РФ», увеличение круга читателей, формирование дополнительного интереса к журналу «Урал.РФ».

Макет публикации «О чем думают мужчины» не составлялся. Верстка, дизайн и соблюдение всех атрибутов печатной публикации возлагались на редакцию журнала.

Изучив письменные материалы дела, заслушав представителя ООО «Бизнес технологии», Комиссия пришла к следующим выводам.

Согласно статье 3 Закона о рекламе, рекламой является информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирования или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. Под объектом рекламирования понимается 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.

Текст рекламы «...Доверительная и приятная обстановка, которая характерна для центра «УроПроф» и современное диагностическое и лечебное оборудование – гарантия комфортного лечения... Сегодня мы рады предложить нашим пациентам уникальный и совершенный метод лечения хронических тазовых болей, нарушение эрекции и хронического простатита. В центре имеется немецкий аппарат Dornier ARIES, действие которого основано на ударно-волновой проникающей способности.... Этот амбулаторный метод лечения не влияет на привычный образ

*жизни пациента. Все процедуры совершенно безболезненны... Лечение с помощью аппарата Dornier ARIES назначается и выполняется только лечащим врачом после консультации и обследования пациента... Центр «УроПроф» имеет длительный опыт успешной работы, более 3500 счастливых пациентов, современные методы диагностики и лечения. Это уверенность в результате и сохранение здоровья мужчин» формирует и поддерживает у потенциального получателя услуг интерес к вышеупомянутому медицинскому центру и услугам, оказываемым данным центром, что способствует продвижению услуг вышеуказанного учреждения на рынке медицинских услуг.*

Таким образом, объектом рекламирования в данном случае является Медицинский центр «УроПроф» и оказываемые им услуги.

Из пункта 3 Положения о лицензировании медицинской деятельности, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 16.04.2012 N 291, следует, что медицинскую деятельность составляют работы (услуги) по перечню согласно [приложению](#), которые выполняются при оказании первичной медико-санитарной, специализированной (в том числе высокотехнологичной), скорой (в том числе скорой специализированной), паллиативной медицинской помощи, оказании медицинской помощи при санаторно-курортном лечении, при проведении медицинских экспертиз, медицинских осмотров, медицинских освидетельствований и санитарно-противоэпидемических (профилактических) мероприятий в рамках оказания медицинской помощи, при трансплантации (пересадке) органов и (или) тканей, обращении донорской крови и (или) ее компонентов в медицинских целях.

Приложением к данному Положению услуги в сфере урологии относятся к медицинским услугам.

Таким образом, упомянутые в рекламе услуги, предоставляемые Медицинским центром «УроПроф», являются медицинскими услугами.

В соответствии с частью 7 статьи 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 печатных изданиях, площади такого предупреждения должно быть отведено не менее чем пять процентов рекламной площади рекламного пространства.

Рассматриваемая реклама не сопровождается предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или необходимости получения консультации специалиста.

Таким образом, Комиссия пришла к выводу, что реклама Медицинского центра «УроПроф» в которой используются выражения: «...Доверительная и приятная обстановка, которая характерна для центра «УроПроф» и современное диагностическое и лечебное оборудование – гарантия комфортного лечения... Сегодня мы рады предложить нашим пациентам уникальный и совершенный метод

лечения хронических тазовых болей, нарушение эрекции и хронического простатита. В центре имеется немецкий аппарат Dornier ARIES, действие которого основано на ударно-волновой проникающей способности. ...Этот амбулаторный метод лечения не влияет на привычный образ жизни пациента. Все процедуры совершенно безболезненны. ...Лечение с помощью аппарата Dornier ARIES назначается и выполняется только лечащим врачом после консультации и обследования пациента. ...Центр «УроПроф» имеет длительный опыт успешной работы, более 3500 счастливых пациентов, современные методы диагностики и лечения. Это уверенность в результате и сохранение здоровья мужчин», размещенная на страницах 62-63 в журнале «Урал.РФ» №1 за июнь 2015 года, нарушает требование части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

Следует отметить, что установленные Законом требования при распространении рекламы медицинских услуг, в том числе методов лечения, направлены, прежде всего, на защиту здоровья населения, с учетом значительного воздействия рекламы на желания, потребность и поведение людей.

На основании частей 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе, за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 24 настоящего Закона, ответственность несет рекламодаделец и рекламодатель.

Имеющиеся материалы дела позволяют сделать вывод о том, что рекламодателем является ООО «Бизнес-Технологии» (625013, г.Тюмень, ул.Пермякова, д.7а, 407).

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 38 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

#### РЕШИЛА:

1. Признать рекламу под условным названием «О чем думают мужчины», размещенную на страницах 62-63 в журнале «Урал.РФ» №1 за июнь 2015 года, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пункта 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
2. Выдать ООО «Бизнес технологии» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Тюменского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель комиссии

И. В. Поткина

Члены комиссии

Е.Н. Огнева

Е.Г. Колов