

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

о прекращении производства по делу № 44/04-16р

Резолютивная часть решения оглашена 26 июля 2016 года

В полном объеме решение изготовлено 05 августа 2016 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел о нарушении рекламного законодательства в составе: Председателя комиссии: <...> – руководителя Кировского УФАС России; Членов комиссии: <...> – главного специалиста - эксперта отдела ФРИР Кировского УФАС России; <...> – специалиста отдела ФРИР Кировского УФАС России; секретарь – <...> – специалист отдела ФРИР Кировского УФАС России;

в отсутствие заявителя, надлежащим образом уведомленного о дате, месте и времени рассмотрения дела: - физического лица;

В отсутствие лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, надлежащим образом уведомленного о дате, месте и времени рассмотрения дела: - ООО «<...>»;

рассмотрев дело № 44/04-16р, возбужденное в отношении ООО «<...>» (610<...>, г. Киров, <...>), по признакам нарушения ч. 7 ст. 24 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту ФЗ «О рекламе»),

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области поступило заявление физического лица о нарушении рекламного законодательства при размещении наружной рекламы на рекламной конструкции, расположенной около проезжей части по ул. Воровского в районе д. № 42 (КОГБУЗ Кировская областная клиническая больница) следующего содержания: «Медицинский диагностический центр <...> Гинекология, гинекология-эндокринология, онко-маммология, ревматология, гастроэнтерология, неврология, кардиология, эндокринология, отоларингология, урология, дерматология, ультразвуковая диагностика. Предварительная запись по телефону: <...>».

Согласно ст. 38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель и рекламораспространитель.

Определением от 04.07.2016 года в отношении ООО «<...>» было возбуждено производство по делу № 44/04-16р, заседание Комиссии назначено на 26.07.2016.

На дату рассмотрения дела ответчик, уведомленный надлежащим образом о дате, времени и месте заседания Комиссии заявил ходатайство о рассмотрении дела № 44/04-16р в его отсутствие, запрошенные документы представил.

Заявитель, уведомленный надлежащим образом о дате, времени и месте рассмотрения дела, явку на рассмотрение дела не обеспечил, ходатайств не заявлял.

Изучив материалы дела, комиссия Кировского УФАС России приходит к следующим выводам.

Согласно ст. 3 ФЗ «О рекламе», рекламой является информация, распространяемая 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. Под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, 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. Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация, на рекламной конструкции, расположенной около проезжей части по ул. <...> в районе д. № 42 (КОГБУЗ Кировская областная клиническая больница), следующего содержания: *«Медицинский диагностический центр <...> Гинекология, гинекология-эндокринология, онко-маммология, ревматология, гастроэнтерология, неврология, кардиология, эндокринология, отоларингология, урология, дерматология, ультразвуковая диагностика. Предварительная запись по телефону<...>»,* адресована неопределенному кругу лиц (пешеходам, водителям, пассажирам общественного транспорта), направлена на привлечение внимания покупателей к объекту рекламирования (ООО «<...>», осуществляющему медицинские услуги), способствует формированию интереса к рекламируемым медицинским услугам и их продвижению на рынке, и по своему содержанию является рекламой.

Частью 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе» предусмотрено, что 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 ходе рассмотрения дела № 44/04-16р установлено и подтверждается документами, представленными ООО «<...>» в материалы дела, из которых следует, что *гинекология, гинекология-эндокринология, онко-маммология, ревматология, гастроэнтерология, неврология, кардиология, эндокринология, отоларингология, урология, дерматология, ультразвуковая диагностика*, перечисленные в рекламном модуле являются, согласно Номенклатуре медицинских услуг, утвержденной Министерством здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 27.12.2011 N 1664н, видами медицинских специальностей.

Правила, установленные ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе», не распространяются на рекламу медицинских специальностей и медицинской деятельности, не связанной с оказанием медицинских услуг и лекарственными средствами.

Учитывая изложенное, признаки нарушения ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе» в рассматриваемом рекламном модуле, размещенном на рекламной конструкции, расположенной около проезжей части по ул. Воровского в районе д. № 42 (КОГБУЗ Кировская областная клиническая больница) не нашли своего подтверждения, поэтому дело № 44/04-16р подлежит прекращению.

Руководствуясь абзацем «а» пункта 36 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия,

ОПРЕДЕЛИЛА:

Производство по делу № 44/04-16р прекратить в связи с неподтверждением в действиях ООО «<...>» факта нарушения рекламного законодательства.