

Республиканская общественная
молодежная организация «...»

юридический адрес: "..."

Общество с ограниченной
ответственностью медицинский
центр «»

юридический адрес: "..."

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА № 017/05/24-24/2019 ПО ПРИЗНАКАМ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

О РЕКЛАМЕ

18 ноября 2019 года

г. Кызыл

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Тыва (далее - Тывинское УФАС России) по рассмотрению дела № 017/05/24-24/2019 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе "... - ..." Тывинского УФАС России, рассмотрев материалы по факту распространения рекламы с признаками нарушения части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛ:

В ходе проведенного Тывинским УФАС России мониторинга рекламы, распространяемой на территории г. Кызыл, на предмет соответствия требованиям Закона о рекламе, выявлено распространение рекламы,

размещенной на транспорте общего пользования с гос. номерами "..."
"...RUS, осуществлявшем 10.10.2019 года перевозку пассажиров в г.
Кызыле по маршруту №15, следующего содержания:

*«Центр пластической хирургии Гиппократ; медицинский центр «Гиппократ»
тел: 8 "..."; улица Гагарина, 41; Лицензия № "..."; До операции > после;
пластический хирург, невролог, терапевт, анализы, операции»;*

*«Медицинский центр «Гиппократ» тел: 8 "..."; улица Гагарина, 41;
пластический хирург, хирург, уролог, терапевт, невролог, травматолог-
ортопед, кардиолог, аллерголог-иммунолог, анализы; центр пластической
хирургии Гиппократ».*

По результатам мониторинга Тывинским УФАС России составлен акт
осмотра наружной рекламы от 10.10.2019 года.

Согласно статье 3 Закон 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,
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, п.3 указанной статьи товаром признается продукт
деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для
продажи, обмена или иного введения в оборот.

Вышеназванная информация содержит все признаки рекламы:

- распространена с помощью транспортного средства;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- объектом рекламирования являются медицинские услуги (пластическая хирургия, операции, сбор анализов, прием медицинскими специалистами), оказываемые медицинским центром «Гиппократ».

Пленум Высшего Арбитражного Суда РФ в своем постановлении от
08.10.2012 г. № 58 «О некоторых вопросах практики применения
арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» в абзаце 2
пункта 28 указал, что рекламодатель вправе выбрать форму, способ и
средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен

соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

В свою очередь, согласно части 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 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.

Целью размещения в рекламе предупредительной информации такого рода является обеспечение правильного получения медицинских услуг.

Согласно [статье 2](#) Федерального закона от 21.11.2011 года № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации»:

- «медицинская услуга – это медицинское вмешательство или комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение»;

- диагностика – это комплекс медицинских вмешательств, направленных на распознавание состояний или установление факта наличия либо отсутствия заболеваний, осуществляемых посредством сбора и анализа жалоб пациента, данных его анамнеза и осмотра, проведения лабораторных, инструментальных, патолого-анатомических и иных исследований в целях определения диагноза, выбора мероприятий по

лечению пациента и (или) контроля за осуществлением этих мероприятий»;

- лечение – это комплекс медицинских вмешательств, выполняемых по назначению медицинского работника, целью которых является устранение или облегчение проявлений заболевания или заболеваний либо состояний пациента, восстановление или улучшение его здоровья, трудоспособности и качества жизни;

- медицинским вмешательством - выполняемые медицинским работником по отношению к пациенту, затрагивающие физическое или психическое состояние человека и имеющие профилактическую, исследовательскую, диагностическую, лечебную, реабилитационную направленность виды медицинских обследований и (или) медицинских манипуляций, а также искусственное прерывание беременности ([пункт 5](#))».

Перечень медицинских услуг определены [Номенклатурой](#) медицинских услуг, утвержденной приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 13.10.2017 № 804н (далее – Номенклатура медицинских услуг), согласно которому медицинские услуги разделены на два раздела: «А» и «В» построенные по иерархическому принципу.

Класс «А» включает медицинские услуги, представляющие собой определенные виды медицинских вмешательств, направленные на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющие самостоятельное законченное значение.

Класс «В» включает медицинские услуги, представляющие собой комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение.

В соответствии с Номенклатурой медицинских услуг пластический хирург, хирург, уролог, терапевт, невролог, травматолог, ортопед, кардиолог, аллерголог-иммунолог, операции (оперативное лечение), анализы относятся к медицинским услугам.

Кроме того, в рекламе услуг по пластической хирургии используется образ женщины, у которой после операции изменены формы живота и лица.

Приказом Минздрава России от 31.05.2018 года № 298н утвержден [Порядок](#) оказания медицинской помощи по профилю «пластическая хирургия», которым установлены правила оказания медицинской помощи

взрослым и детям по профилю «пластическая хирургия» (далее - Медицинская помощь) в медицинских организациях и иных организациях, осуществляющих медицинскую деятельность (далее - медицинские организации).

Согласно пункту 2 Медицинская помощь включает комплекс мероприятий, направленных на поддержание и (или) восстановление здоровья и включающих в себя предоставление медицинских услуг, целью которых является:

- устранение анатомических и (или) функциональных дефектов покровных и подлежащих тканей любой локализации, возникших в результате наследственных и врожденных пороков развития, травм и их последствий, заболеваний и хирургических вмешательств, в том числе ятрогенных дефектов, а также травматических ампутаций конечностей, их сегментов и других фрагментов человеческого тела любой локализации методами реконструктивной пластической хирургии;

- изменение внешнего вида, формы и взаимосвязей анатомических структур любых областей человеческого тела соответственно общепринятым эстетическим нормам и представлениям конкретного пациента, включая коррекцию возрастных изменений, коррекцию последствий устранения анатомических и (или) функциональных дефектов покровных и подлежащих тканей любой локализации с помощью пластической хирургии, ведущих к улучшению качества жизни методами эстетической пластической хирургии.

Содержание рекламной информации и коммерческое обозначение рекламодателя (центр пластической хирургии) целенаправленно привлекают внимание потребителей к услугам пластического хирурга.

Таким образом, размещаемая реклама, в тексте которой содержится информация об оказании медицинских услуг в медицинском центре «Гиппократ» является рекламой медицинских услуг.

При этом, в тексте указанной рекламы медицинских услуг отсутствует предупреждение о наличии противопоказаний к их применению и использованию или необходимости получения консультации специалистов, что является нарушением требований [части 7 статьи 24](#) Закона о рекламе.

Согласно статьи 38 Закона о рекламе за нарушение части 7 статьи 24 Закона о рекламе ответственность несут рекламодатель и рекламодатель и рекламодатель.

В соответствии с пунктами 5 - 7 статьи 3 Закона о рекламе

рекламодатель – это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель – это лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламораспространитель – это лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В рассматриваемом случае, из собранных материалов дела, Тывинским УФАС России установлено, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является Общество с ограниченной ответственностью медицинский центр «Гиппократ», а рекламораспространителем - Республиканская общественная молодежная организация "...".

В связи с вышеизложенным, на основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 года № 508,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу № 017/05/24-24/2019 по признакам нарушения части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» в отношении Общества с ограниченной ответственностью медицинский центр "..." (ИНН 1701059389, ОГРН 117171900804, КПП 170101001, юридический адрес "..."), Республиканской общественной молодежной организации "..." (ИНН 1701062110, ОГРН 1181700000382, юридический адрес: "...");

2. Назначить дело № 017/05/24-24/2019 к рассмотрению **на 03.12.2019 года в 15 часов 00 минут** по адресу: Республика Тыва, г. Кызыл, ул. Комсомольская, 122А, каб. № 9, 2 этаж.

3. ООО медицинский центр "..." на основании статьи 34 Закона о рекламе в срок **до 29.11.2019 года** представить в адрес Тывинского УФАС России письменные пояснения по существу вменяемого нарушения, а также информацию и надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- сведения и пояснения о лице, разработавшем макет рекламы с

приложением договора на изготовление и оплату оказанных услуг;

- учредительные документы (устав, ОГРН, ИНН), в том числе копию документа, подтверждающего полномочия законного представителя Организации с копией паспорта (страница с ФИО, датой и местом рождения, страница с адресом регистрации);

- лицензии Общества на медицинские услуги, рекламируемые в рассматриваемой рекламе;

- письменные пояснения по факту возбужденного дела № 017/05/24-24/2019;

- меры, принятые по соблюдению требований части 7 статьи 24 Закона о рекламе с приложением подтверждающих документов.

4. Республиканской общественной молодежной организации "... " на основании статьи 34 Закона о рекламе в срок **до 29.11.2019 года** представить в адрес Тывинского УФАС России письменные пояснения по существу вменяемого нарушения, а также информацию и надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- сведения и пояснения о лице, разработавшем макет рекламы с приложением договора на изготовление и оплату оказанных услуг;

- сведения и пояснения о лице, разместившем и распространяющем рекламу на транспортном средстве, с приложением договора на распространение и оплату оказанных услуг;

- учредительные документы (устав, ОГРН, ИНН), в том числе копию документа, подтверждающего полномочия законного представителя Организации с копией паспорта (страница с ФИО, датой и местом рождения, страница с адресом регистрации);

- письменные пояснения по факту возбужденного дела № 017/05/24-24/2019;

- меры, принятые по соблюдению требований части 7 статьи 24 Закона о рекламе с приложением подтверждающих документов.

Явка лиц, участвующих в деле (с документом, удостоверяющего личность и полномочия), либо представителя с доверенностью на участие в деле № 017/05/24-24/2019, обязательна.

Примечание: в соответствии с частью 6 статьи 19.8 КоАП РФ, непредставление в федеральный антимонопольный, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных законодательством о

рекламе, а равно представление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо представление недостоверных сведений (информации) влечет административную ответственность в виде наложения административного штрафа.

Копия Приказа от _____ года № _____ прилагается на 1 листе.

Председатель Комиссии

"..."