

## Решение по делу №68/04-16р

Резолютивная часть решения оглашена 09 ноября 2016 года  
Киров

г.

В полном объеме решение изготовлено 16 ноября 2016 года

Комиссия Кировского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: Председателя комиссии: <...>. –руководителя Кировского УФАС России; членов комиссии: <...>– начальника ОФРиР; <...>. – специалиста ОФРиР.

При ведении протокола <...>– специалистом ОФРиР.

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – <...>, представителя ООО «<...>» по доверенности №3 от 01.04.2016.

рассмотрев дело № 68/04-16р по признакам нарушения ООО «<...>» (юр. адрес 610002, <...>; ИНН <...>; ОГРН <...>) ч. 7 ст. 24 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – Федеральный закон «О рекламе») по факту размещения на фасаде здания по адресу: <...>, помещение № 1001, информации следующего содержания: «Стоматолог и Я. Центр семейной стоматологии. Ваша скидка 61%. 1950р. <...>. Чистка AIR FLOW. Запись по телефонам <...>, <...>»,

### УСТАНОВИЛА:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства РФ о рекламе, в соответствии со статьей 33 Федерального закона «О рекламе», Кировским УФАС России было установлено, что на фасаде здания по адресу: <...>, помещение № 1001, размещена информация следующего содержания: «Стоматолог и Я. Центр семейной стоматологии. Ваша скидка 61%. 1950р. <...>. Чистка AIR FLOW. Запись по телефонам <...>, <...>», которая содержит признаки нарушения Федерального закона «О рекламе».

Определением от 18.10.2016г Кировским УФАС России было возбуждено дело в отношении ООО «<...>» по признакам нарушения ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе» по факту размещения на фасаде здания, расположенного по адресу: <...>, помещение № 1001, информации следующего содержания: «Стоматолог и Я. Центр семейной стоматологии. Ваша скидка 61%. 1950р. <...>. Чистка AIR FLOW. Запись по телефонам <...>, <...>». Рассмотрение дела № 68/04-16р назначено на 09.11.2016г.

ООО «<...>», уведомленное надлежащим образом о дате, времени и месте рассмотрения дела, обеспечило явку на рассмотрение дела №68/04-16р представителя по доверенности - <...>, которая пояснила, что содержание рекламы определялось ей самостоятельно, факт нарушения ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе» признает полностью.

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

Согласно ст. 3 Федерального закона «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 следующего содержания: «Стоматолог и Я. Центр семейной стоматологии. Ваша скидка 61%. 1950р. <...>. Чистка AIR FLOW. Запись по телефонам <...>, <...>», размещенная на фасаде здания по адресу: <...>, помещение № 1001, адресована неопределенному кругу лиц, в том числе пешеходам, пассажирам и водителям транспортных средств, поскольку размещена рядом с тротуаром, вблизи автомобильной дороги, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (ООО «<...>» и предоставляемым услугам (гигиена полости рта), формирование или поддержание интереса к нему и его продвижению на рынке, соответствует требованиям статьи 3 Федерального закона «О рекламе» и является рекламой.

Согласно части 7 статьи 24 Федерального 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 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» распространяются на рекламу лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий. Соответственно для квалификации нарушения по указанной статье Федерального закона необходимо установить, что объектом рекламирования является медицинская услуга.

Услуги по чистке зубов и полости рта включены в перечень услуг, относящихся к медицинским, утвержденный приказом Минздравсоцразвития РФ от 27.12.2011 № 1664н «Об утверждении номенклатуры медицинских услуг»:

-код услуги: А14.07.003, наименование медицинской услуги: гигиена полости рта и

зубов;

Таким образом, чистка зубов и полости рта является медицинской услугой, следовательно, реклама должна сопровождаться предупреждением, установленным ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».

Спорная рекламная информация не содержит предупреждение о наличии противопоказаний к применению и использованию медицинских услуг, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, следовательно, она размещена с нарушением части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

С учетом названных обстоятельств и положений части ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе», следует признать, что рассматриваемая реклама не отвечает требованиям данного закона.

Согласно ч. 6 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе» несет как рекламодатель (изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо), так и рекламодателем (лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств).

Согласно устным и письменным пояснениям ООО «<...>» от 08.11.16 г., представленным в материалы дела, копии договора аренды нежилого помещения от 06.10.14, лицензии <...> от 18.02.2015г. на осуществление медицинской деятельности, копии счета №1071 от 06.06.16 на оплату услуг по изготовлению и монтажу баннера «Чистка» со спорной рекламной информацией, ООО «<...>» осуществляет хозяйственную деятельность, в том числе оказывает услуги по гигиене полости рта, по адресу <...>, помещение № 1001, следовательно, рекламодателем и рекламодателем спорной рекламной информации является ООО «<...>», как лицо, являющееся продавцом и имеющее интерес к рекламированию товара, а также обладающее полномочиями по распространению рекламы в качестве арендатора помещения.

Таким образом, действия ООО «<...>», выразившиеся в определении содержания и распространении спорной рекламы, не соответствуют требованиям ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».

Комиссия Кировского УФАС России считает, что нарушение рекламного законодательства произошло по вине ООО «<...>».

Учитывая тот факт, что на момент рассмотрения дела присутствует документальное подтверждение прекращения нарушения, Комиссия решила не выдавать ООО «<...>» предписание об устранении нарушения рекламного законодательства.

На основании ч. 5 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение установленных законодательством о рекламе требований к рекламе лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, в том числе методов лечения, а также биологически активных добавок влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от

двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от десяти тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от двухсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Руководствуясь ст. 3, ч. 7 ст. 24, ст. 33, ст. 36, ст. 38 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

## **РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащей рекламу следующего содержания: «Стоматолог и Я. Центр семейной стоматологии. Ваша скидка 61%. 1950р. <...>. Чистка AIR FLOW. Запись по телефонам <...>, <...>», размещенную на фасаде здания по адресу <...>, помещение № 1001, в отсутствие предупреждения о наличии противопоказаний к применению и использованию медицинских услуг, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, так как она противоречит ч. 7 ст. 24 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Предписание ООО «<...>» (ИНН <...>; ОГРН <...>) об устранении нарушения ч. 7 ст. 24 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» не выдавать.

3. Передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 5 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административном правонарушении в отношении ООО «<...>» и должностного лица ООО «<...>».

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.