



Управление Федеральной антимонопольной службы
по республике Коми

РЕШЕНИЕ

01 февраля 2016 года

(изготовление решения в
полном объеме)

27 января 2016 года

(оглашение резолютивной
части)

№ 03-01/870_

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 61-10/15, возбужденного в отношении Общества с ограниченной ответственностью «Газета» (далее – ООО «Газета») по факту распространения в газете «ПРО ГОРОД Ухта» от 04.07.2015 № 26 на странице (полосе) 13, от 25.04.2015 № 16 на странице (полосе) 19, от 11.04.2015 № 14 на странице (полосе) 13 и от 04.04.2015 № 13 на странице (полосе) 15 рекламы следующего содержания: «Стоматологический кабинет «Мой Стоматолог», ЛО-11-01-000576, Стаж работы более 18 лет, Предлагает: - имплантология, - изготовление всех видов протезов, - хирург-стоматолог, - лечение, - профосмотры, лояльные цены, Кандидат медицинских наук <...> Д.Ю., консультация бесплатно, скидки*, оформление кредита **, * акция бессрочна, ** ОАО «ОТП Банк», имплантация от 15000 р., металлокерамика от 5650 р., Съёмное протезирование от 12000 рублей, ул. Оплеснина, д. 17, (напротив школы № 3), тел.: 769976, 732470» (далее – рассматриваемая реклама) с признаками нарушения требований ч. 7 ст. 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе),

в отсутствие:

- заявителя – Коми Региональной общественной организации по защите прав потребителей «Потребительский надзор» (далее – КРОО «Потребительский надзор»);

- Индивидуального предпринимателя <...>ой (далее – ИП <...>а Е.А.), надлежащим образом извещенного о дате, времени и месте рассмотрения, что подтверждается уведомлением о вручении 26.12.2016 почтового отправления № 16799193823039 согласно сервису «Отслеживание почтовых отправлений» официального Интернет-сайта ФГУП «Почта России» (<http://www.russianpost.ru/>), ходатайством просит рассмотреть дело в её отсутствие;

- <...>а (далее – <...> Д.Ю.);

в присутствии:

- представителя ООО «Газета» - <...>ой А.В., действующей на основании доверенности от 11.01.2016;

УСТАНОВИЛА:

В Коми УФАС России поступило обращение КРОО «Потребительский надзор» от 25.08.2015 (вход. № 4796 от 25.08.2015) о распространении в газете «ПРО ГОРОД Ухта» от 04.07.2015 № 26 на странице (полосе) 13, от 25.04.2015 № 16 на странице (полосе) 19, от 11.04.2015 № 14 на странице (полосе) 13 и от 04.04.2015 № 13 на странице (полосе) 15 рекламы следующего содержания: «Стоматологический кабинет «Мой Стоматолог», ЛО-11-01-000576, Стаж работы более 18 лет, Предлагает: - имплантология, - изготовление всех видов протезов, - хирург-стоматолог, - лечение, - профосмотры, лояльные цены, Кандидат медицинских наук <...> Д.Ю., консультация бесплатно, скидки*, оформление кредита **, * акция бессрочна, ** ОАО «ОТП Банк», имплантация от 15000 р., металлокерамика от 5650 р., Съёмное протезирование от 12000 рублей, ул. Оплеснина, д. 17, (напротив школы № 3), тел.: 769976, 732470» с признаками нарушения требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

По указанному факту Определением от 02.10.2015 № 03-01/8829 возбуждено дело № Р 61-10/15 по признакам нарушения ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе в отношении ООО «Газета».

Определениями от 18.11.2015 № 03-01/10337 и от 02.12.2015 № 03-01/10763 в качестве лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечены ИП <...>а Е.А. и <...> Д.Ю.

Из материалов дела № Р 61-10/15 (далее – рекламное дело) усматривается нижеследующее.

В соответствии со 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.

Указанная информация содержит следующие признаки рекламы:

- распространена посредством размещения в газете «ПРО ГОРОД Ухта» от 25.04.2015 № 16 на странице (полосе) 13, от 25.04.2015 № 16 на странице (полосе) 19, от 11.04.2015 № 14 на странице (полосе) 13, от 04.04.2015 № 13 на странице (полосе) 15;

- адресована неопределенному кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования: стоматологическому кабинету «Мой Стоматолог» и оказываемым им услугам: имплантологии, изготовлению всех видов протезов, хирурга-стоматолога, лечению, профосмотрам, формирование и поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке.

Таким образом, указанная информация, распространенная посредством размещения в газете «ПРО ГОРОД Ухта» от 25.04.2015 № 16 на странице (полосе) 13, от 25.04.2015 № 16 на странице (полосе) 19, от 11.04.2015 № 14 на странице (полосе) 13 и от 04.04.2015 № 13 на странице (полосе) 15, является рекламой.

Согласно 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.

В силу 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 ст. 2 Федерального закона от 21.11.2011 № 323 «Об основах охраны здоровья

граждан в Российской Федерации» перечислены основные понятия, используемые в настоящем Федеральном законе, в том числе такие, как:

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

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

Понятие и перечень медицинских услуг определены [Номенклатурой](#) медицинских услуг, утвержденной приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 27.12.2011 № 1664н (далее – Номенклатура медицинских услуг).

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

Согласно данному перечню к медицинским услугам относятся:

A16.07.023 - Протезирование зубов полными съемными пластиночными протезами.

A16.07.035 - Протезирование частичными съемными пластиночными протезами.

A16.07.036 - Протезирование съемными бюгельными протезами.

Таким образом, рассматриваемая реклама не является явно не относящейся к медицинским услугам и должна распространяться с учётом требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

В соответствии с [ч. 7 ст. 5](#) Закона о рекламе не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Как следует из [п. 28](#) Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе»» 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.

Поэтому, если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и т.п.), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама - ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования.

В результате анализа содержания рекламы установлено наличие с правого верхнего угла до левого нижнего угла рекламы, площадью 6 процентов от общей рекламы, нечитаемой (еле заметной) информации, выполненной в бледном цвете на фоне общей яркой цветовой гаммы рекламы, содержание которой потребитель рекламы не имеет возможности воспринять. Предположительно это необходимое в силу закона предупреждение, однако, при вышеперечисленных обстоятельствах есть все основания считать его отсутствующим.

Рассматриваемая реклама размещена в газете «PRO ГОРОД Ухта», которая, согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации серии ПИ № ТУ 11-0045 от 01.10.2009, является рекламным изданием (реклама более 40 %).

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

При таких обстоятельствах рассматриваемая реклама размещена с признаками нарушения требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

В силу положений, установленных п. 4 ст. 3 Закона о рекламе ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

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

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

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

В силу п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

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

Рассматриваемая реклама размещена в газете «ПРО ГОРОД Ухта» от 25.04.2015 № 16 на странице (полосе) 13, от 25.04.2015 № 16 на странице (полосе) 19, от 11.04.2015 № 14 на странице (полосе) 13 и от 04.04.2015 № 13 на странице (полосе) 15 учредителем которого, согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации серии ПИ № ТУ11 - 0045 от 01.10.2009, является Общество с ограниченной ответственностью «Газета» (далее - ООО «Газета»).

ООО «Газета» в материалы рекламного дела представлены копии следующих документов: Устава редакции средства массовой информации газеты «ПРО ГОРОД Ухта», утвержденного учредителем – ООО «Газета» 13.01.2014 (далее – Устав редакции СМИ), согласно пункту 1.3 которого редакцией средства массовой информации является ИП <...>а Е.А., в данный момент ИП <...>а Е.А., в связи со сменой фамилии (ИНН 431202013981); договора купли-продажи печатных площадей (полос) № 1, заключенного 01.01.2014 между ООО «Газета» и ИП <...>ой Е.А. (далее – Договор от 01.01.2014 № 1); заявки на печатные площади (полосы) от 01.04.2015 (приложение № 2 к Договору от 01.01.2014 № 1); акта приема-передачи печатных площадей (полос) от 03.04.2015.

Из материалов рекламного дела усматривается, что рекламопроизводителем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ИП <...>а Е.А.

Согласно письменной информации, представленной ИП <...>ой Е.А. и <...>ым Д.Ю. в материалы рекламного дела, рекламодателем рассматриваемой рекламы является <...> Д.Ю. Содержание рассматриваемой рекламы и ее наполнение определено рекламодателем. <...> Д.Ю. подал заявку на производство и размещение рекламы. Реклама была изготовлена сотрудниками редакции газеты, направлена <...>у Д.Ю. на согласование по электронной почте, согласована и оплачена.

ИП <...>ой Е.А. в материалы рекламного дела представлены копии следующих документов: заявка от 17.05.2011 на производство и размещение рекламных и/или информационных материалов в изданиях №№ 13 - 29; актов от 25.04.2015 № 672 и от 27.07.2015 № 1262, счетов от 20.03.2015 № 407 и от 20.06.2015 № 520.

Согласно письменным пояснениям, представленным ИП <...>ой Е.А. в материалы рекламного дела, и пояснениям, данным представителем ИП <...>ой Е.А. – <...>ой А.В. в ходе рассмотрения рекламного дела, размещение рекламы в нарушение требований Закона о рекламе произошло по причине неудачного расположения надписи, в связи с чем эта надпись при некачественной печати стала нечитаемой. По упущению сотрудников редакции реклама, ранее согласованная и соответствующая требованиям ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе, была размещена в Газете из-за неудачного выбранного шрифта, в связи с чем предупреждающая надпись плохо воспринималась, соответственно данная информация отсутствовала.

В письменных пояснениях, представленных в материалы рекламного дела, <...> Д.Ю. указал, что рассматриваемая реклама была согласована им с учетом требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе. В подтверждение в материалы рекламного дела ИП <...>ой Е.А. представлены соответствующие доказательства.

При таких обстоятельствах достаточных оснований полагать о наличии вины рекламодателя – <...>а Д.Ю. в нарушении требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе

не имеется.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе произошло по вине рекламопроизводителя и рекламодателя ИП <...>ой Е.А.

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

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

Поскольку вина ООО «Газета» и <...>а Д.Ю. в нарушении требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе Комиссией не установлена, дело № Р 61-10/15 в отношении указанных лиц подлежит прекращению.

Из материалов рекламного дела следует, что рассматриваемая реклама распространялась на территории г. Ухта Республики Коми 01.04.2015 – 31.07.2015.

Комиссией установлено, что на дату вынесения решения факт распространения рассматриваемой рекламы не имеет места.

В связи с добровольным устранением совершенного нарушения, Комиссия сочла нецелесообразной выдачу ИП <...>ой Е.А. предписания 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 – 43, 47 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, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу следующего содержания: «Стоматологический кабинет «Мой Стоматолог», ЛО-11-01-000576, Стаж работы более 18 лет, Предлагает: - имплантология, - изготовление всех видов протезов, - хирург-стоматолог, - лечение, - профосмотры, лояльные цены, Кандидат медицинских наук <...> Д.Ю., консультация бесплатно, скидки*, оформление кредита**, * акция бессрочна, ** ОАО «ОТП Банк», имплантация от 15000 р., металлокерамика от 5650 р., Съёмное протезирование от 12000 рублей, ул. Оплеснина, д. 17, (напротив школы № 3), тел.: 769976, 732470», распространенную в газете «ПРО ГОРОД Ухта» от 04.07.2015 № 26 на странице (полосе) 13, от 25.04.2015 № 16 на странице (полосе) 19, от 11.04.2015 № 14 на

странице (полосе) 13 и от 04.04.2015 № 13 на странице (полосе) 15, ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы ИП <...>ой Е.А. не выдавать, поскольку распространение рекламы, указанной в п. 1 настоящего решения, осуществляется с учетом требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

3. Производство по делу № Р 61-10/15 в отношении ООО «Газета» прекратить.

4. Производство по делу № Р 61-10/15 в отношении <...>а Д.Ю. прекратить.

5. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении ИП <...>ой Е.А. дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 5 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 01 февраля 2016 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.