

Тула

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тульской области по рассмотрению дел о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе в составе: < --- >, рассмотрев дело № 02-03/07-2015 по признакам нарушения индивидуальным предпринимателем Голубевым, ООО «СмайлСпа» пункта 2 части 1 частей 3, 7 статьи 24 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» в присутствии индивидуального предпринимателя Голубева – паспорт РФ,

< --- > – представителя ООО «СмайлСпа» по доверенности б/н от 14.02.2015г.,

УСТАНОВИЛА:

В журнале «RECjournal» (№ 33, ноябрь 2014г.) на страницах 36-37, размещена статья клиники эстетической и функциональной стоматологии «SMILE SPA» (ООО «СмайлСпа») «История создания одной улыбки».

Информация, размещенная в указанной статье, адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке и, в силу статьи 3 Федерального Закона «О рекламе», является рекламой, кроме того, на странице 37 имеется отметка «реклама».

В статье, в частности, упоминаются следующие услуги: ортодонтическое лечение, диагностика прикуса с помощью специального оборудования, протезирование, лечение кариесов, эндодонтическое лечение (лечение корневых каналов), удаление несостоятельных зубов, которые в соответствии с Номенклатурой медицинских услуг, утв. Приказом Минздравсоцразвития РФ от 27.12.2011 № 1664н являются медицинскими услугами (ортодонтическая коррекция – А16.07.028, несъемным ортодонтическим аппаратом – А16.07.046, съемным ортодонтическим аппаратом – А16.07.047, коррекция с применением брекет-систем – А16.07.048; определение прикуса – А02.07.006, коррекция прикуса с использованием съемных и несъемных ортопедических конструкций – А16.07.021; протезирование зубов полными съемными пластиночными протезами – А16.07.023, протезирование частичными съемными пластиночными протезами – А16.07.035, протезирование съемными бюгельными протезами – А16.07.036; исследование кариозных полостей с использованием стоматологического зонда – А02.07.002; пломбирование корневого канала зуба – А16.07.008, инструментальная и медикаментозная обработка корневого канала – А16.07.030; удаление зуба – А16.07.001.).

Частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» установлено, что реклама медицинских услуг, в том числе методов лечения, должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, площадь которого должна составлять не

менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

В нарушение данной нормы Закона площадь предупреждения в указанной рекламе медицинских услуг составляет менее 5% рекламной площади (0,14%).

Кроме того, в нарушение пункта 2 части 1, части 3 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» в вышеуказанной рекламной статье «История создания одной улыбки» содержится ссылка на конкретный случай излечения от заболеваний, улучшения состояния здоровья < --- >: «...Татьяна обратилась в нашу клинику за эстетикой» «Я долго искала профессионала, который смог бы сделать мою улыбку по-настоящему ослепительной, и в итоге мою мечту воплотили в жизнь доктора клиники эстетической и функциональной стоматологии SMILE SPA. Моя внешность сразу изменилась. Я стала более раскованной в общении...».

Пунктом 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» установлено, что реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Статьей 38 Федерального закона «О рекламе» определено, что ответственность за нарушение требований пункта 2 части 1, частей 3, 7 статьи 24 настоящего Закона несет рекламодатель (часть 6), за нарушение части 7 статьи 24 - рекламодатель (часть 7).

В данном случае рекламодателем является ООО «СмайлСпа», рекламодателем – индивидуальный предприниматель Голубев.

Согласно пояснениям индивидуального предпринимателя Голубева. (вх. 1036 от 17.02.2015г.) текст статьи предоставлялся рекламодателем, согласование рекламного макета также производилось с ООО «СмайлСпа».

В соответствии с пунктом 1.2. Договора № 25/2014 возмездного оказания рекламных услуг от 01.11.2014г., заключенного индивидуальным предпринимателем Голубевым. (рекламодателем) с ООО «СмайлСпа» (рекламодателем), рекламодатель обязуется в течение срока действия указанного договора оказывать рекламодателю услуги рекламного характера: привести представленную рекламодателем информацию в форму, готовую для размещения в печатном издании; разместить данную рекламную информацию (исходя из условий заявки) в печатном издании предпринимателя - «RECjournal»; размещение производится с периодичностью, указанной рекламодателем.

Из пункта 1.3. Договора следует, что рекламодатель и рекламодатель определили:

- место размещения рекламы – две страницы в гляцевом журнале RECjournal;
- дата публикации - журнал RECjournal (каждое 10-ое число месяца);
- срок договора – одиннадцать месяцев с момента подписания;
- макет и текст подготовленной рекламной информации согласовываются сторонами посредством устных обсуждений, обмена письмами по электронной почте, по телефону.

После согласования, предусмотренного пунктом 1.3 указанного Договора, рекламодатель выставляет рекламодателю счет в двух экземплярах, по одному для каждой из сторон, которые направляет в адрес рекламодателя. В

случае отсутствия изменений и дополнений к ранее согласованному макету и тексту рекламных материалов, рекламодатель принимает счет рекламораспространителя, что является подтверждением заказа на размещение в печатном издании ИП Голубев – RECjournal, согласно данным, указанным в счете (пункт 1.4. Договора).

Произведя оплату в размере 70 000 рублей (счет № 246/11 от 10.11.2014г., акт сдачи –приемки выполненных работ (оказанных услуг) № 50 от 20.12.2014г.) ООО «СпайлСпа» принял рекламные услуги, оказанные индивидуальным предпринимателем Голубевым

Довод ООО «СмайлСпа» о том, что

- указанная реклама не отвечает признакам рекламы медицинских услуг, поскольку в ней не приведены методы лечения, отсутствует указание на использование конкретных лекарств, медицинской техники,
- статья «История одной улыбки» не является рекламой, поскольку представляет собой мнение квалифицированного специалиста, по тексту статьи Общество не упоминается,

Комиссией не принимается ввиду следующего:

Как указано выше, рекламодателем в соответствии с пунктом 1.3 вышеуказанного Договора произведена оплата рекламы ООО «СпайлСпа», размещенной на двух рекламных полосах и лицевой обложке журнала.

Данная реклама размещена таким образом (цветовое и текстовое оформление, отсутствие каких - либо разграничений, др.), что ее визуальное восприятие потребителем формирует представление о единстве рекламной статьи.

Статья 3 Федерального закона «О рекламе» содержит следующие определения:

«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;

«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;

(в ред. Федерального [закона](#) от 07.05.2009 N 89-ФЗ)

«товар» - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот;

Статья содержит указание на ООО «СпайлСпа» (объект рекламирования). Так, в тексте статьи используются фразы «Татьяна обратилась **в нашу клинику** за эстетикой», «Только **в нашей клинике** есть технология безбрекетного выравнивания зубов», «**Наша клиника** работает в концепции нейромышечной стоматологии». В статье рассказывается об оказываемых Обществом медицинских услугах

(услугах, предназначенных для продажи, обмена или иного введения в оборот), в частности, об ортодонтическом, эндодонтическом лечении, диагностике прикуса с помощью специального оборудования, протезировании, лечении кариесов.

На рассмотрении рекламного дела представитель ООО «СмайлСпа» < --- > и индивидуальный предприниматель Голубев подтвердили, что размещение ненадлежащей рекламы носило однократный характер, в соответствии с пунктом 3.1. Договора.

Учитывая, что вышеуказанная реклама ООО «СмайлСпа» в журнале «RECjournal» больше не размещается, Комиссия считает нецелесообразным выдачу предписания.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42, 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу ООО «СмайлСПА», размещенную в журнале «RECjournal» (№ 33, ноябрь 2014г., учредитель и издатель индивидуальный предприниматель Голубев < --- > поскольку в ней нарушены требования пункта 2 части 1, частей 3,7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».
2. Предписание индивидуальному предпринимателю Голубеву, ООО «СмайлСпа» не выдавать в связи с прекращением нарушения в добровольном порядке до принятия Комиссией решения по существу.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Тульского УФАС России для рассмотрения вопроса о привлечении должностного лица индивидуального предпринимателя Голубева, должностного лица ООО «СмайлСпа» к административной ответственности по части 5 статьи 14.3 КоАП РФ.

Решение изготовлено в полном объеме "5" марта 2015г.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном [статьей 198](#) Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.