

РЕШЕНИЕ

19 января 2016 года

(изготовление решения в полном объеме)

11 января 2016 года

(оглашение резолютивной части)

№ 03-01/335

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 64-10/15, возбужденное в отношении ООО «Город 11» по факту распространения в газете «ПРО ГОРОД Сыктывкар» от 27.06.2015 № 25 (354) на странице 31 рекламы следующего содержания: «Врач-нарколог <...> Иван Егорович • лечение от алкогольной зависимости, табакокурения • выведение из похмелья, запоя на дому • противоалкогольное кодирование г. Сыктывкар, ул. Первомайская, 149-225, тел. 8 (8212) 24-99-54, 89128672076 Эффективность, анонимность гарантируются Лицензия № ЛО-11-01-000996 от 11 июня 2013г.» 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»), надлежащим образом извещенного о дате, времени и месте рассмотрения,
- Индивидуального предпринимателя <...>а Ивана Егоровича, надлежащим образом извещенного о дате, месте и времени рассмотрения дела, что подтверждается уведомление о вручении 08.10.2015 почтового отправления № 16799192834203;

в присутствии:

- представителя ООО «Город 11» - <...>ой А.В., действующей на основании доверенности от 11.01.2016;
- представителя ИП <...>ой О.А. - <...>ой А.В., действующей на основании доверенности от 11.01.2016,

УСТАНОВИЛА:

В Коми УФАС России поступило заявление КРОО «Потребительский надзор» от 03.08.2015 (вх. № 4349 от 03.08.2015) по факту распространения в газете «PRO ГОРОД Сыктывкар» от 27.06.2015 № 25 (354) на странице 31 (далее – Газета) информации следующего содержания: «Врач-нарколог <...> Иван Егорович • лечение от алкогольной зависимости, табакокурения • выведение из похмелья, запоя на дому • противоалкогольное кодирование г. Сыктывкар, ул. Первомайская, 149-225, тел. 8 (8212) 24-99-54, 89128672076 Эффективность, анонимность гарантируются Лицензия № ЛО-11-01-000996 от 11 июня 2013г.» с признаками нарушения ч. 7 ст. 24 [Закона о рекламе](#).

В результате рассмотрения материалов по указанному заявлению установлено следующее.

В соответствии с п. 1 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.

Вышеуказанная информация содержит все правовые признаки рекламы:

- распространена посредством размещения в периодическом печатном средстве массовой информации, а именно, в газете «PRO ГОРОД Сыктывкар» от 27.06.2015 № 25 (354) на странице 31;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования: врачу-наркологу <...>у Ивану Егоровичу и оказываемым им услугам, формирование и поддержание интереса к ним, и их продвижение на рынке.

Таким образом, указанная информация, размещенная на тридцать первой странице газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар» от 27.06.2015 № 25 (354), является рекламой.

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.

Согласно ст. 2 Федерального закона № 323 от 21.11.2011 «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» медицинская услуга – медицинское вмешательство или комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение.

Перечень медицинских услуг утвержден приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 27.12.2011 № 1664н «Об утверждении номенклатуры медицинских услуг».

Номенклатура медицинских услуг представляет собой перечень медицинских услуг, разделенных 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.

Разделы [класса «А»](#) обозначают определенный тип медицинской услуги.

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

Разделы [класса «В»](#) обозначают определенный тип медицинской услуги. В класс «В» включен, в том числе раздел 01 – врачебная лечебно-диагностическая.

В разделе 01 класса «В» зарегистрированы, в том числе медицинские услуги: «Прием (осмотр, консультация) врача-психиатра-нарколога первичный» (код В01.036.001), «Прием (осмотр, консультация) врача-психиатра-нарколога повторный» (В01.036.002), «Диспансерный прием (осмотр, консультация) врача психиатра-нарколога (код В04.036.001) и «Профилактический прием (осмотр, консультация) врача психиатра-нарколога» (код В04.036.002).

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.

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 тому подобное), 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 в нижнем левом углу рекламы, площадью 5,4 процентов от общей площади рекламы, нечитаемой (еле заметной) информации, выполненной в бледном цвете в отличие от иной четко обозначенной и читаемой информации, 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 Сыктывкар», которая, согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации серия ПИ № ТУ 11-0046 от 01.10.2009, является рекламным изданием (реклама более 40 %).

Из материалов рекламного дела усматривается, что газета «PRO ГОРОД Сыктывкар» не является специализированным печатным изданием, предназначенным для медицинских и фармацевтических работников.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона о рекламе ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

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

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

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

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

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

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

Учредителем газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар», согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации серии ПИ № ТУ 11-0046 от 01.10.2009, является ООО «Город 11».

ООО «Город 11» в материалы рекламного дела представлены копии следующих документов: Устава редакции средства массовой информации газеты «PRO

ГОРОД Сыктывкар», утвержденного учредителем – ООО «Город 11» 01.09.2014 (далее – Устав редакции СМИ), согласно пункту 1.3 которого редакцией средства массовой информации является ИП <...>а О.А.; заявки на печатные площади (полосы) от 22.06.2015 (приложение № 2 к Договору от 01.09.2014 № 2); акта приема-передачи печатных площадей (полос) от 27.06.2015, акт от 27.06.2015.

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

Согласно письменной информации, представленной ИП <...>ой О.А. и ИП <...>ым И.Е. в материалы рекламного дела, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП <...> И.Е. Содержание рассматриваемой рекламы и ее наполнение определено рекламодателем. ИП <...> И.Е. заключил договор, подал заявку на производство и размещение рекламы. Реклама была изготовлена по его просьбе сотрудниками редакции газеты и согласована ИП <...>ым И.Е. устно.

ИП <...>ой О.А. в материалы рекламного дела представлены копии следующих документов: договора № 113 от 01.09.2014; акта сверки взаимных расчетов за период 2015 года между ИП <...>ой О.А. и ИП <...>ым И.Е. по договору № 113 от 01.09.2014.

Согласно письменным пояснениям, представленным ИП <...>ой О.А. в материалы рекламного дела, и пояснениям, данным представителем ИП <...>ой О.А. – <...>ой А.В. в ходе рассмотрения рекламного дела, размещение рекламы в нарушение требований Закона о рекламе произошло в связи со слабым контролем за выпуском номера и ненадлежащим выполнением должностных обязанностей главного редактора.

В письменных пояснениях, представленных в материалы рекламного дела, ИП <...> И.Е. указал, что рассматриваемая реклама распространялась без учета требований Закона о рекламе в связи с тем, что понадеялся на компетентность редакции газеты.

При таких обстоятельствах достаточных оснований полагать о наличии вины рекламодателя – ИП <...>а И.Е. 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 ИП <...>ой О.А.

Из материалов рекламного дела усматривается, что ИП <...>ой О.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 О.А. нарушены требования ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

Поскольку вина ООО «Город 11» и ИП <...>а И.Е. в нарушении требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе Комиссией не установлена, дело № Р 64-10/15 в отношении указанных лиц подлежит прекращению.

Из материалов рекламного дела следует, что рассматриваемая реклама распространялась на территории г. Сыктывкар Республики Коми 27.06.2015.

В ходе рассмотрения рекламного дела представитель ИП <...>ой О.А. – <...>а А.В. пояснила, что рассматриваемая реклама в настоящее время распространяется с учетом требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе, в доказательство представлен новый макет рекламы. Однако на дату принятия Комиссией решения в материалах рекламного дела отсутствуют доказательства прекращения распространения ненадлежащей рекламы, представленный макет не подтверждает устранения нарушения, так не позволяет оценить рекламы в исходном варианте, в газете.

В связи с изложенным, Комиссия приходит к выводу о необходимости выдачи ИП <...>ой О.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: «Врач-нарколог <...> Иван Егорович • лечение от алкогольной зависимости, табакокурения • выведение из похмелья, запоя на дому • противоалкогольное кодирование г. Сыктывкар, ул. Первомайская, 149-225, тел. 8 (8212) 24-99-54, 89128672076 Эффективность, анонимность гарантируются Лицензия № ЛО-11-01-000996 от 11 июня 2013г.», распространенную газете «ПРО ГОРОД Сыктывкар» от 27.06.2015 № 25 (354) на странице 31, ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

2. Выдать ИП <...>ой О.А. предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения указанной в п. 1 Решения рекламы.

3. Производство по делу № Р 64-10/15 в отношении ИП <...>а И.Е. прекратить.

4. Производство по делу № Р 64-10/15 в отношении ООО «Город 11» прекратить.

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

Решение в полном объеме изготовлено 19 января 2016 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии _____ <...>

Члены Комиссии _____ <...>

_____ <...>

Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми

ПРЕДПИСАНИЕ О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

19 января 2016 года

№ 03-01/335

Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в составе: <...>;

на основании своего Решения от 19.01.2016 по делу № Р 64-10/15 о признании рекламы следующего содержания: «Врач-нарколог <...> Иван Егорович • лечение от алкогольной зависимости, табакокурения • выведение из похмелья, запоя на дому • противоалкогольное кодирование г. Сыктывкар, ул. Первомайская, 149-225, тел. 8 (8212) 24-99-54, 89128672076 Эффективность, анонимность гарантируются Лицензия № ЛО-11-01-000996 от 11 июня 2013г.», размещенной в газете «ПРО ГОРОД Сыктывкар» от 27.06.2015 № 25 (354) на странице 31, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования ч . 7 ст. 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Закона о рекламе, пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ИП <...>ой О.А., адрес регистрации: <...>, почтовый адрес: <...>, в десятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: распространение в газете «ПРО ГОРОД Сыктывкар» рекламы следующего содержания: «Врач-нарколог <...> Иван Егорович • лечение от алкогольной зависимости,

табакокурения • выведение из похмелья, запоя на дому • противоалкогольное кодирование г. Сыктывкар, ул. Первомайская, 149-225, тел. 8 (8212) 24-99-54, 89128672076 Эффективность, анонимность гарантируются Лицензия № ЛО-11-01-000996 от 11 июня 2013г.» в нарушение требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

2. ИП <...>ой О.А., адрес регистрации: <...>, почтовый адрес: <...>, представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 19 февраля 2016 года.

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

Председатель Комиссии _____<...>

Члены Комиссии _____ <...>

_____ <...>