Исх. №ВЧ-08/13860 от 26.12.2023 г.

Комиссия Татарстанского УФАС России по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства (далее - Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии <….>– (должностное лицо)

Члены комиссии <….>– (должностное лицо)

<….>– (должностное лицо)

рассмотрев материалы дела 016/05/15-1694/2023 в отношении ООО «Спина-2» (420100, г. Казань ул. Проспект Победы д.139, корп.3, пом.1003) по признакам нарушения пункта 1 части 2, пунктом 1 части 3 статьи 5, части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»),

УСТАНОВИЛ:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан поступило обращение <….>– (физическое лицо)(вх. №9934 от 21.09.2023), по факту размещения недобросовестной рекламы по адресу г. Казань, ул. Проспект Победы, д.139, корп.3, пом.1003 с текстом «Миорефеская, остеопатия, мануальная терапия, массаж тела, массаж лица, неврология, кинезиология, телесная психотерапия, детские специалисты, солевая комната, лучшие цены в городе +7 995 095 95 35 spinakzn spina.studio», что имеет признаки нарушения Закона «О рекламе».

Фотоизображение приведено ниже.

<….><….>

Согласно части 1 статьи 3 Закона о рекламе, под рекламой понимается 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.

Установлено, что медицинские услуги оказывает ООО «Спина-2».

Фактические действия ООО «Спина-2» свидетельствуют лишь о его намерении осуществить рекламирование, привлечение внимание потребителя к объекту рекламирования – медицинских услуг.

Таким образом, в данном случае лицом, в чьих действиях содержатся признаки нарушения является ООО «Спина-2».

Согласно Номенклатуре медицинских услуг (утв. Приказом Минздрава России от 13.10.2017 N 804н), услуги по остеопатии (А21- лечение с помощью простых физических воздействий на пациента (массаж, иглорефлексотерапия, мануальная терапия, остеопатия), услуги по неврологии (В23-неврология, В01.023.001 –Прием, осмотр, консультация врача-невролога первичный) относятся к медицинским услугам, представляющим собой определенные виды и комплексы медицинских вмешательств, направленные на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющие самостоятельное законченное значение.

При этом указание в рекламе способов воздействия на организм человека, совпадающих с наименованием медицинских услуг, содержащихся в Номенклатуре,

позволяет квалифицировать такую рекламу в качестве рекламы медицинских услуг, при отсутствии в такой рекламе иной информации, позволяющей выделить иные объекты рекламирования, в том числе при отсутствии в рекламе раскрытия содержания того или иного метода профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации.

Данная реклама является рекламой медицинских услуг, а значит должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, также должна соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

19 декабря 2023 года в Управление поступили пояснения ООО «Спина-2» (вх. №13591) исходя из которых следует, что на вышеуказанной рекламе размещена информация о том, что в данном месте осуществляется лицензируемая медицинская деятельность. Так же общество считает, что норма установленная часть 7 статьи 24 Закона о рекламе не распространяется на рекламу медицинской деятельности.

Однако, согласно пункту 22 Постановления Пленума ВАС РФ от 08 октября 2012 года №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», правила, установленные частью 7 статьи 24 Закона о рекламе, не распространяются на рекламу медицинской деятельности, не связанной с оказанием медицинских услуг и лекарственными средствами.

В соответствии с частью 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).

Также на вышеуказанной рекламе размещена информация «лучшие цены в городе».

В соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта

рекламирования с иными товарами, например, путем употребления слова "лучший", должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами (пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе).

Учитывая правовой смысл и содержание приведенных понятий рекламы и объекта рекламирования, информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах, а также об изготовителе (продавце) такого товара, то есть объекту рекламирования в целом.

Исходя из вышеизложенного Комиссия приходит к выводу, что рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ООО «Спина-2».

Таким образом Комиссия приходит к выводу, что распространяемая реклама нарушает требования пункта 1 части 2 и пункта 1 части 3 статьи 5, части 7 статьи 24 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе следует, что за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 2 и пунктом 1 части 3 статьи 5, части 7 статьи 24 Закона о рекламе несет ответственность рекламодатель.

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

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, распространенную ООО «СПИНА-2» посредством размещения на окне рекламы с текстом «Миорефеская, остеопатия, мануальная терапия, массаж тела, массаж лица, неврология, кинезиология, телесная психотерапия, детские специалисты, солевая комната, лучшие цены в городе +7 995 095 95 35 spinakzn spina.studio», поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 2 и пункта 1 части 3 статьи 5, части 7 статьи 24 Закона о рекламе.

2. Рекламодателем и рекламораспространителем признать ООО «СПИНА-2».

3. Выдать предписание в связи с отсутствием информации об устранении нарушения.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для рассмотрения вопроса о привлечение лица к административной ответственности.

Решение изготовлено в полном объеме 26 декабря 2023 г. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии <….>– (должностное лицо)

Члены комиссии <….>– (должностное лицо)

<….>– (должностное лицо)