

12 мая 2009 года Великий Новгород

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Новгородской области по рассмотрению дел о нарушениях законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в составе: <...>, рассмотрев дело № 12 от 13.04.2009 по признакам нарушения части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), в присутствии представителей:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – Общества с ограниченной ответственностью «Региональный лечебно-диагностический медицинский центр «Бехтерев» – <...>, заинтересованного лица – Общество с ограниченной ответственностью «Ярмарка» – и.о. главного редактора ООО «Ярмарка» <...>.

УСТАНОВИЛА:

В ходе проверки специалистами Новгородского УФАС России рекламы в средствах массовой информации (СМИ) на предмет ее соответствия требованиям законодательства Российской Федерации установлено, что в рекламном издании – газете «Новгородская ярмарка» от 9 февраля 2009 года на 4 странице распространено рекламное объявление под заголовком Регионального лечебно-диагностического медицинского центра «Бехтерев», содержащее информацию о медицинских услугах и методах лечения следующего содержания: «Срочное прерывание запоев с последующим гарантированным лечением алкоголизма. Интракраниальная транслокация, химзащита и др.».

Из информации, представленной Комитетом по охране здоровья населения области (исх. № 839 от 04.03.2009) и Обществом с ограниченной ответственностью «Региональный лечебно-диагностический медицинский центр «Бехтерев» (исх. № 4/II-09 от 02.04.2009), следует, что в указанном рекламном объявлении содержится информация о методах лечения алкоголизма («химическая защита»), которые основаны на применении противоалкогольных лекарственных средств, имеющих противопоказания к применению, и перед применением которых необходимо получение консультации специалиста. Так, в «Методических указаниях по проведению противоалкогольных процедур, имеющих обобщенные названия «лечение препаратами «химической» защиты и кодирование», утвержденных главным внештатным наркологом области <...> 30.12.2006, указано, что «методика «химической» защиты «Торпедо» проводится введением препаратов инъекционно» и «при наличии явных противопоказаний для применения методик «кодирование», приема «капсулы», проведения процедуры «Торпедо», может применяться «плацебо» терапия», а также указано, что «информированное, добровольное согласие пациента предполагает объяснения проводимых врачебных манипуляций по форме, целям терапии, возможному риску для жизни и здоровья, альтернативных методиках и результатах лечения».

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (далее – Закон 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.

В соответствии с частью 7 статьи 24 Закона о рекламе реклама лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, медицинской техники должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

В данном рекламном объявлении предупреждение о наличии противопоказаний к применению и использованию указанных в нем методов лечения алкоголизма и необходимости получения консультации специалистов отсутствует.

Таким образом, в распространенном на 4 странице рекламного издания – газеты «Новгородская ярмарка» № 18 (1122) от 9 февраля 2009 года рекламном объявлении, содержащим информацию о медицинских услугах и методах лечения, имеются признаки нарушения части 7 статьи 24 Закона о рекламе, выразившегося в отсутствии в рекламе медицинских услуг, в том числе методов лечения, предупреждения о наличии противопоказаний к их применению и использованию и необходимости получения консультации специалистов. В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей. Ненадлежащая реклама не допускается.

Ответственность за нарушение законодательства о рекламе в данной части в соответствии со статьей 38 Закона о рекламе несет либо рекламодатель (часть 6 статьи 38 Закона о рекламе), либо рекламодатель (часть 7 статьи 38 Закона о рекламе).

Из информации, представленной рекламодателем – Обществом с ограниченной ответственностью «Ярмарка» (исх. № б/н от 17.02.2009), следует, что рекламодателем и рекламопроизводителем указанного рекламного объявления является Общество с ограниченной ответственностью «Региональный лечебно-диагностический медицинский центр «Бехтерев» (далее – ООО «Медицинский центр «Бехтерев»). Плательщиком по счету за размещение данного рекламного объявления в рекламном издании – газете «Новгородская ярмарка» – также выступало ООО «Медицинский центр «Бехтерев» (приходной кассовый ордер № 3128 от 15.12.2008). Договор на размещение (распространение) данной рекламы не заключался, оплата производилась за наличный расчет. Данное рекламное объявление выходило также в номерах газеты «Новгородская ярмарка» от 12, 19, 26 января, 2 февраля 2009 года. Следовательно, в данном случае имеются все основания полагать, что рекламодателем рекламы, содержащей признаки ненадлежащей, являлось ООО «Медицинский центр «Бехтерев».

На рассмотрении дела представители ООО «Медицинский центр «Бехтерев» пояснили следующее.

В указанной рекламе информация о наличии возможных противопоказаний представляется избыточной, поскольку именно консультации специалистов и разъяснения данного вопроса ООО «Медицинский центр «Бехтерев» предоставляет пациентам до применения всех методов лечения. Информация о необходимости получения консультаций специалистов отсутствовала в указанной рекламе, поскольку собственно ООО «Медицинский центр «Бехтерев» и предоставляет услуги специалистов, способных и обязанных предоставить обратившимся за медицинскими услугами людям всю требуемую законодательством информацию до начала лечения.

Применение указанных в рекламе методов лечения возможно только после обязательной процедуры предварительного обследования и разъяснения больному возможных противопоказаний применяемых методик и препаратов, после чего пациентом подписывается информированное согласие на применение выбранной процедуры.

В указанном рекламном объявлении не содержится ссылки на конкретные лекарственные препараты, имеющие противопоказания к применению. Данные препараты назначаются в рамках выбранного метода лечения по усмотрению врача и больного в каждом случае индивидуально и с учетом возможных противопоказаний.

Кроме того, ООО «Медицинский центр «Бехтерев» самостоятельно устранил недочеты в указанной рекламе и, начиная с 16 февраля 2009 года, а именно с номера № 23 от 16.02.2009 газеты «Новгородская ярмарка», реклама деятельности ООО «Медицинский центр «Бехтерев» полностью соответствует требованиям части 7 статьи 24 Закона о рекламе.

На рассмотрении дела представитель ООО «Ярмарка» пояснила следующее.

Начиная с номера № 23 от 16.02.2009 газеты «Новгородская ярмарка» реклама медицинских услуг ООО «Медицинский центр «Бехтерев» публикуется с предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию и необходимости получения консультации специалистов.

Исследовав материалы дела и оценив доводы представителей сторон, Комиссия пришла к следующим выводам.

Рекламное объявление, содержащее информацию о медицинских услугах и методах лечения, распространенное на 4 странице рекламного издания – газеты «Новгородская ярмарка» № 18 (1122) от 9 февраля 2009 года, содержит в себе нарушение части 7 статьи 24 Закона о рекламе, выразившееся в отсутствии в рекламе медицинских услуг, в том числе методов лечения, предупреждения о наличии противопоказаний к их применению и использованию и необходимости получения консультации специалистов.

Требование об указании в рекламе медицинских услуг предупреждения о наличии противопоказаний и необходимости получения консультации специалистов является обязательным, и не зависит от того факта, что лицам, обратившимся за оказанием данных услуг, до их оказания разъясняются возможные противопоказания и дается консультация специалиста. Данное требование направлено на донесение до потребителей рекламы существенной информации о рекламируемых медицинских услугах именно в момент получения потребителями рекламной информации, а не после того, как произошло привлечение их внимания и был сформирован интерес к объекту рекламирования, выразившийся в обращении потребителя рекламы за рекламируемыми медицинскими услугами. Данное требование Закона о рекламе не является избыточным и направлено на обеспечение прав потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей. Ненадлежащая реклама не допускается.

Ответственность за нарушение законодательства о рекламе в данной части в соответствии со статьей 38 Закона о рекламе несет либо рекламодатель (часть 6 статьи 38 Закона о рекламе), либо рекламодатель (часть 7 статьи 38 Закона о рекламе).

Собранные по делу доказательства свидетельствуют о том, что нарушение части 7 статьи 24 Закона о рекламе при распространении рекламного объявления, содержащего информацию о медицинских услугах и методах лечения, размещенного на 4 странице рекламного издания – газеты «Новгородская ярмарка» № 18 (1122) от 9 февраля 2009 года, содержится в действиях рекламодателя данной ненадлежащей рекламы – ООО «Медицинский центр «Бехтерев». При этом в материалах дела имеются доказательства того, что установленное нарушение законодательства о рекламе добровольно устранено лицом, его совершившим – ООО «Медицинский центр «Бехтерев» (газета «Новгородская ярмарка» № 23 от 16.02.2009).

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 2 статьи 36 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, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Административным регламентом Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденным Приказом ФАС России от 28.12.2007 № 453, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу медицинских услуг и методов лечения, распространенную Обществом с ограниченной ответственностью «Региональный лечебно-диагностический медицинский центр «Бехтерев» в газете «Новгородская ярмарка» № 18 (1122) от 9 февраля 2009 года на 4 странице, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
2. Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдавать в связи с добровольным устранением Обществом с ограниченной ответственностью «Региональный лечебно-диагностический медицинский центр «Бехтерев» совершенного нарушения.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Новгородского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 20 мая 2009 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.