

Управление Федеральной антимонопольной службы
по республике Коми

РЕШЕНИЕ

22 мая 2014 года

(изготовление решения в
полном объеме)

20 мая 2014 года

(оглашение резолютивной
части)

№ 03-01/4317

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 21-03/14, возбужденного в отношении ООО «Город 11», адрес места нахождения: 167000, Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Первомайская, д. 70, корпус Б, и ООО «Клинико-Лабораторный Центр», адрес места нахождения: 167000, Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Морозова, 25/1, по факту распространения на странице 26 газеты «ПРО ГОРОД Сыктывкар» № 9 (286) от 01.03.2014 рекламы Клинико-Лабораторного Центра с признаками нарушения требований частей 7 и 8 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе),

в присутствии представителя индивидуального предпринимателя <...>а (далее – ИП <...> Р.В.) – <...>ой А.В., действующей на основании доверенности от 09.01.2014,

в отсутствие ООО «Клинико-Лабораторный Центр», надлежащим образом извещенного о месте и времени рассмотрения дела, что подтверждается подписью исполнительного директора ООО «Клинико-Лабораторный Центр» от

12.05.2014, заверенного печатью Общества, на письме Коми УФАС России № 03-01/3257 от 22.04.2014, а также письмом ООО «Клинико-Лабораторный Центр» вх. № 2714 от 13.05.2014, которым Общество просило рассмотреть дело в отсутствие его представителей,

УСТАНОВИЛА:

Коми УФАС России в ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе выявлено распространение на странице 26 газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар» № 9 (286) от 01.03.2014 рекламы следующего содержания: «Клинико-Лабораторный Центр КЛЦ Первая частная лаборатория в Сыктывкаре СОМКНУТЬ ЩИТЫ! Исследования на щитовидную железу ТТГ Т4 Т4 149 р. + БЕСПЛАТНЫЙ визит к терапевту Сыктывкар, ул. Морозова, 25/1. Тел.: 466-766, 310-649. *Акция действует с 20 февраля по 15 марта 2014 г. Лицензия Министерства здравоохранения РК № ЛО-11-01-000406 от 15 июня 2010 г. «На осуществление медицинской деятельности» АНАЛИЗЫ ДЕЛАЮТСЯ в г. СЫКТЫВКАРЕ» (далее – рассматриваемая реклама).

По указанному факту определением № 03-01/2234 от 21.03.2014 возбуждено дело № Р 21-03/14 по признакам нарушения частей 7 и 8 статьи 24 Закона о рекламе в отношении ООО «Город 11» и ООО «Клинико-Лабораторный Центр».

Определением № 03-01/3255 от 21.04.2014 ненадлежащее лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – ООО «Город 11» заменено надлежащим – ИП <...>ым Р.В.

Из материалов дела № Р 21-03/14 (далее – рекламное дело) усматривается нижеследующее.

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, на странице 26 газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар» № 9 (286) от 01.03.2014;

- адресована неопределенному кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования: Клинико-Лабораторному центру, первой частной лаборатории в Сыктывкаре, исследованиям на щитовидную железу ТТГ и Т4, акции, анализам, формирование и поддержание интереса к ним, и их продвижение на рынке.

Таким образом, указанная информация, размещенная на странице 26 газеты «ПРО ГОРОД Сыктывкар» № 9 (286) от 01.03.2014, является рекламой.

В соответствии с 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 ч. 8 ст. 24 Закона о рекламе реклама лекарственных препаратов в формах и дозировках, отпускаемых по рецептам на лекарственные препараты, **медицинских услуг**, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, а также медицинских изделий, для использования которых требуется специальная подготовка, не допускается иначе как в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий и в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях.

В силу 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.

Из содержания рассматриваемой рекламы усматривается, что она не является явно не относящейся к рекламе медицинских услуг.

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. В класс «А» включены, в том числе следующие разделы:

09 - исследования биологических жидкостей, с помощью которых исследуются концентрации веществ в жидких средах организма и активность ферментативных систем;

12 - исследования функции органов или тканей с использованием специальных процедур, приспособлений и методик, не обозначенных в других рубриках, направленных на прямое исследование функции органов или тканей, - медикаментозные и физические пробы, исследование оседания эритроцитов, иммунные реакции, в том числе определение группы крови и резус-фактора, исследование системы гемостаза (за исключением уровня факторов свертывающей системы) и др.

В разделе 09 класса «А» зарегистрирована медицинская услуга «Исследование уровня свободного тироксина (Т4) сыворотки крови» (код А09.05.063).

В разделе 12 класса «А» зарегистрирована медицинская услуга «Исследование антител к рецептору тиреотропного гормона (ТТГ) в крови» (код А12.06.046).

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 03 - сложная диагностическая услуга (методы исследования: лабораторный, функциональный, инструментальный, рентгенорадиологический и др.), формирующие диагностические комплексы.

В разделе 03 класса «В» зарегистрирована медицинская услуга «Комплекс исследований для диагностики нарушений функции щитовидной железы» (код В03.058.001).

С учетом изложенного, рассматриваемая реклама должна распространяться с соблюдением требований частей 7 и 8 статьи 24 Закона о рекламе.

Рассматриваемая реклама не содержит ни одного из предусмотренных ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе видов предупреждений.

Рассматриваемая реклама размещена в газете «ПРО ГОРОД Сыктывкар», которая, согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации 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 в нарушение требований частей 7 и 8 статьи 24 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение требований, установленных частями 7 и 8 статьи 24 Закона о рекламе, согласно частям 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе, несут и рекламодатель, и рекламораспространитель.

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 рекламораспространитель - 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 ПИ № ТУ 11-0046 от 01.10.2009, является ООО «Город 11».

ООО «Город 11» и ИП <...>ым Р.В. в материалы рекламного дела представлены копии договора купли-продажи печатных площадей (полос) № 2 от 01.03.2013, заключенного между ООО «Город 11» и ИП <...>ым Р.В., и приложений к нему: заявок на печатные площади (полосы), актов приема-передачи печатных площадей.

Согласно договору купли-продажи печатных площадей (полос) № 2 от 01.03.2013, ООО «Город 11» (продавец) передает в собственность, а ИП <...> Р.В. (покупатель) принимает и оплачивает в срок печатную площадь в газете «PRO ГОРОД Сыктывкар», принадлежащую продавцу на праве собственности. Покупатель вправе использовать печатные площади по своему усмотрению, в том числе вправе продать их третьим лицам без согласия продавца, а также размещать рекламу третьих лиц. Необходимое покупателю количество печатных площадей указывается в направляемой им продавцу письменной заявке. В день выхода тиража газеты стороны подписывают акт приема-передачи печатных площадей. С этого момента право собственности на печатные площади переходит к покупателю.

Согласно акту приема-передачи печатных площадей (полос) от 01.03.2014 ООО «Город 11» (продавец) передал, а ИП <...> Р.В. (покупатель) принял печатные

В письменных пояснениях, представленных в материалы рекламного дела, ООО «Город 11», ИП <...> Р.В. и ООО «Клинико-Лабораторный Центр» указали, что рекламодателем, рекламопроизводителем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ИП <...> Р.В.; между ИП <...>ым Р.В. и ООО «Клинико-Лабораторный Центр» заключен договор на размещение рекламной информации, однако рассматриваемая реклама размещена не в рамках указанного договора и с ООО «Клинико-Лабораторный Центр» не согласовывалась; содержание рекламы определено ИП <...>ым Р.В. на основании информации, ранее представленной ООО «Клинико-Лабораторный Центр», путем её дополнения; реклама носила бесплатный характер, поэтому документы, опосредующие производство, размещение и распространение рассматриваемой рекламы, не оформлялись, и размещение рекламы со стороны ООО «Клинико-Лабораторный Центр» не оплачивалось.

В ходе рассмотрения рекламного дела представитель ИП <...>а Р.В. – <...>а А.В. пояснила, что ИП <...>ым Р.В. рассматриваемая реклама размещена по собственной инициативе в качестве бонуса. Производство и размещение рекламы осуществлялось быстро и в очень короткие сроки для того, чтобы успеть напечатать её в ближайшем выпуске газеты, без ведома ООО «Клинико-Лабораторный Центр», рекламу не согласовали с Обществом, в печать она вышла по причине спешки с нарушениями.

Из материалов рекламного дела усматривается, что ИП <...> Р.В. определил объекты рекламирования и содержание рассматриваемой рекламы, привёл информацию в готовую для распространения в виде рекламы форму, разместив её в газете «ПРО ГОРОД Сыктывкар», затем распространил рассматриваемую рекламу посредством указанного печатного средства массовой информации.

При таких обстоятельствах рекламодателем, рекламопроизводителем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ИП <...> Р.В.

Согласно выписке из ЕГРИП от 04.02.2014, основным видом экономической деятельности ИП <...>а Р.В. является рекламная деятельность, дополнительным – издательская деятельность.

Из вышеизложенного следует, что рассматриваемая реклама размещена ИП <...>ым Р.В. с целью получения им прибыли от экономической деятельности, что отвечает целям предпринимательской деятельности.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение частей 7 и 8 статьи 24 Закона о рекламе произошло по вине рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя рассматриваемой рекламы – ИП <...>а Р.В.

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

Таким образом, ИП <...>ым Р.В. нарушены требования частей 7 и 8 статьи 24 Закона

о рекламе.

В ходе рассмотрения рекламного дела представитель ИП <...>а Р.В. – <...>а А.В. нарушение признала.

Поскольку вина ООО «Клинико-Лабораторный Центр» в нарушении требований частей 7 и 8 статьи 24 Закона о рекламе Комиссией не установлена, дело № Р 21-03/14 в отношении ООО «Клинико-Лабораторный Центр» подлежит прекращению.

Из материалов рекламного дела следует, что рассматриваемая реклама распространялась в газете «ПРО ГОРОД Сыктывкар» 01.03.2014 на территории г. Сыктывкара Республики Коми.

Комиссией установлено, что на дату вынесения решения факт распространения рассматриваемой рекламы не имеет места, что подтверждается оригиналом газеты «ПРО ГОРОД Сыктывкар» № 19 (296) от 10.05.2014.

В связи с добровольным устранением лицом совершенного нарушения, Комиссия сочла нецелесообразной выдачу ИП <...>у Р.В. 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,

Р Е Ш И Л А:

1. Признать рекламу следующего содержания: «Клинико-Лабораторный Центр КЛЦ Первая частная лаборатория в Сыктывкаре СОМКНУТЬ ЩИТЫ! Исследования на щитовидную железу ТТГ Т4 149 р. + БЕСПЛАТНЫЙ визит к терапевту Сыктывкар, ул. Морозова, 25/1. Тел.: 466-766, 310-649. *Акция действует с 20 февраля по 15 марта 2014 г. Лицензия Министерства здравоохранения РК № ЛО-11-01-000406 от 15 июня 2010 г. «На осуществление медицинской деятельности» АНАЛИЗЫ ДЕЛАЮТСЯ в г. СЫКТЫВКАРЕ», распространенную на странице 26 газеты «ПРО ГОРОД Сыктывкар» № 9 (286) от 01.03.2014, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования частей 7 и 8 статьи 24 Закона о рекламе.

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы ИП <...>у Р.В. не выдавать, поскольку распространение рекламы, указанной в п. 1 настоящего решения, прекращено.

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

4. Производство по делу № Р 21-03/14 в отношении ООО «Клинико-Лабораторный Центр» прекратить.

Решение в полном объеме изготовлено 22 мая 2014 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.