

РЕШЕНИЕ

по делу №014/05/24-17/2019 по признакам нарушения законодательства о рекламе

г. Якутск
г.

резольютивная часть оглашена «11» апреля 2019

изготовлено в полном объеме «17» апреля 2019 г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Саха (Якутия) в составе:

<...>

При участии лица, в чьих действиях содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

- ООО <...>, г. Якутск, ул. <...>, представителя директора <...>;

Рассмотрев дело №014/05/24-17/2019, возбужденное по факту распространение рекламы медицинских услуг, оказываемых Медицинским центрах Южной Кореи ООО <...> с использованием рекламной конструкции (стред-рола), установленной входной группе тамбура административного здания, расположенного по адресу: г.Якутск, ул. <...> с признаками нарушения части 7 статьи 24 Федерального закона от 13 марта 2006 № 38-ФЗ «О рекламе», по существу,

у с т а н о в и л а:

15.03.2019 г. Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Саха (Якутия) в рамках осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства о рекламе на территории г. Якутска, отслежена реклама ООО <...> о лечении в Южной Кореи, следующего содержания: <...> ул. <...>. Лечение в Южной Кореи – Онкология, кардиология, пластическая хирургия, ЭКО и лечение бесплодия, гинекология, редкие заболевания, стоматология, офтальмология и другие направления медицины. Полный спектр сопровождения пациентов с момента вылета из страны до момента возвращения обратно. Консультации с 9:30 -20:00 (понедельник пятница). В рекламе используется изображение товарного знака и образ медицинского работника. Рассматриваемой рекламе содержится информация о лечении в Южной Кореи, используется образ медицинского работника, присутствуют признаки нарушения пункта 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Саха (Якутия) определением о возбуждении дела №014/05/24-17/2019 по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе от 20.03.2019 г. возбуждено производство по делу.

В ходе рассмотрения дела по существу, представитель ООО <...>, директор <...> пояснил, что Общество действительно направляет пациентов из Якутии в Южную Корею на лечение по указанной рекламе, направлениям медицинских услуг в Медицинский центр <...> при университетском госпитале <...> г. Сеула и г. Пучона.

<...> сообщил, что в целях привлечения внимания к медицинским услугам, указанных в рекламе, им в июле 2018 г. было принято решение, изготовить и разместить рекламу в тамбуре здания, расположенного по адресу: г. Якутск, ул. <...>, содержание рекламы определялось им лично.

<...> уточнил, что в рамках меморандума о сотрудничестве, заключенного Медицинским центром <...> при Университетской госпитали <...> г. Сеула и г. Пучона (далее - Медицинский центр <...>), ООО <...>, имеет право рекламировать медицинские услуги Медицинского центра <...> от своего имени.

<...> пояснил, что указанные в рекламе иероглифы на корейском языке переводятся как названия Медицинский центр <...> в г. г. Сеул и г. Пучон. Уточнил, что по условиям меморандума имеют право использовать товарные знаки и наименование медицинского учреждения <...>.

Заслушав объяснения лица, участвующего в деле, изучив имеющиеся в материалах дела документы, Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Саха (Якутия), пришла к следующим выводам.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона «О рекламе» рекламой признается информация, распространяемая 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 продвижению на рынке. В статье 3 Федерального закона «О рекламе» под товаром как объектом рекламирования понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В силу части 1 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» настоящий Федеральный закон применяется к отношениям в сфере рекламы независимо от места ее производства, если распространение рекламы осуществляется на территории Российской Федерации.

Объектом рекламирования выступают медицинские услуги, а именно лечения онкологических, кардиологических больных, оказание медицинских услуг по пластической хирургии, проведение ЭКО и лечение бесплодия, лечение гинекологических больных, пациентов с редким заболеванием, стоматологическое и офтальмологическое лечение и другие направления медицины в Медицинском центре <...> в Южной Корее оказываемой корейской компаний <...>.

Совокупное восприятие информации, размещенной в рассматриваемой рекламе, дает основание полагать, что объектом рекламирования являются медицинские услуги, оказываемые компанией <...> (Южная Корея) в Медицинском центре <...> и сопровождение пациентов с момента вылета из страны до момента возвращения обратно.

Кроме того, в вышеуказанной рекламе использовалось выражение <...> на английском языке и иероглифы на корейском языке.

В силу части 1 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» настоящий Федеральный закон применяется к отношениям в сфере рекламы независимо от места ее производства, если распространение рекламы осуществляется на территории Российской Федерации.

В соответствии с частью 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

Пунктом 1 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» установлено, что в рекламе не допускается использование иностранных слов и выражений, которые могут привести к искажению смысла информации.

Приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 12.07.2004 г., утверждена Номенклатура работ и услуг в здравоохранении (далее – Номенклатура), целью разработки и внедрения которой является обеспечение единой нормативной базы работ и услуг в здравоохранении на всей территории Российской Федерации, включая протоколы ведения больных, методики выполнения сложных и комплексных медицинских услуг, лицензионные требования и условия, табель оснащения медицинских учреждений.

Согласно пункта 3 Приказа Минздравсоцразвития России от 27.12.2011 N 1664н (ред. от 10.12.2014) «Об утверждении номенклатуры медицинских услуг» перечень медицинских услуг разделен на два класса: «А» и «В», построенные по иерархическому принципу. 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. Класс «В» включает медицинские услуги, представляющие собой комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, а именно: офтальмология (B5.2.029), гинекология (B5.2.001), неврология (B5.2.023), хирургия (B5.2.057), онкология (B5.2.027), радиотерапия (B5.2.038), терапия (B5.2.047), косметология (B5.2.008), компьютерная томография мягких тканей (A06.01.001).

В соответствии с частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006 г. №38-ФЗ 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.

При этом в рекламе о лечении в Медицинском центре <...> в Южной Корее, при указании направлений оказания медицинских услуг (онкология, кардиология, пластическая хирургия, ЭКО и лечение бесплодия, гинекология, редкие заболевания, стоматология, офтальмология) отсутствует предупреждение о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, что указывает на признаки нарушения пункта 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006 г. №38-ФЗ 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 материалы дела ООО <...> представлена лицензия на осуществление медицинской деятельности <...> в Медицинском центре <...>, на осуществление оказания медицинских услуг иностранным пациентам на территории Южной Кореи.

Согласно представленным в материалы дела ООО <...> документам, между Медицинского центра <...> (сторона А) и Обществом (сторона Б), подписан меморандум о сотрудничестве, согласно которой сторона Б обязуется рекламировать и предлагать своим клиентам услуги стороны А.

Таким образом, материалами дела установлено, что указанные в рекламе методы медицинской услуги входят вид медицинских услуг, оказываемых компанией <...> в Медицинским центром <...> для клиентов направляемых ООО <...> в Южную Корею для лечения и диагностики.

Следовательно, рассматриваемая реклама направлена на привлечение внимание к объекту рекламирования, в частности медицинским услугам Медицинского центра <...> по указанным в рекламе видам медицинских услуг, на формирование и поддержание интереса к нему и их продвижению на рынке.

Использование в рассматриваемой рекламе иностранных слов на английском и на корейском языках, указывает нарушение пункта 1 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Таким образом, в реклама ООО <...> о предоставлении медицинских услуг и методов лечения компанией <...> в Медицинских центрах <...>, распространяемая с использованием рекламного сити-рола, установленной по адресу г. Якутск, ул. <...>, является ненадлежащей нарушающей требования пункта 1 части 5 статьи 5,

части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

Рекламодателем, лицом определившим содержание рекламы в интересах компании <...> Медицинского центра <...>, выступает ООО <...>.

Согласно статьи 3 Федерального закона «О рекламе» ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

В силу части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных статьей 5, 24 настоящего Федерального закона.

Таким образом, материалами дела вина рекламодателя ООО <...> (лица определившего содержание рекламы и распространившего рекламу с нарушением требований пункта 1 части 5 статьи 5, части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» материалами дела, установлена, и подтверждается письменными и устными пояснениями представителя ООО <...>.

На основании части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных статьей 24, настоящего Федерального закона.

В ходе рассмотрения дела, установлено, что распространение рассматриваемой рекламы медицинских услуг, с использованием рекламной конструкции (сити-рола), установленной по адресу: г. Якутск, ул. <...> осуществляется с июня 2018 г. по настоящее время. В материалы дела не представлены доказательства прекращения до принятия решения нарушения, при таких обстоятельствах, возникает необходимость выдачи предписания ООО <...>, как рекламодателю и рекламодателю.

На основании вышеизложенного, руководствуясь пунктом 1 части 5 статьи 5 и частью 7 статьи 24, пункта 2 части 1 статьи 33, части 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе, Комиссия

решила:

1 Признать рекламу ООО <...> о медицинских услугах компании <...> Медицинских центрах Южной Кореи - <...> при университетском госпитале <...> г. Сеула и г. Пучона, распространенную с использованием рекламной конструкции с июня 2018 г. по настоящее время по адресу: г. Якутск, ул. <...>, ненадлежащей, нарушающей требования пункта 1 части 5 статьи 5, части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе»;

2 Выдать ООО <...> обязательное для исполнения предписание о прекращении

нарушения законодательства о рекламе;

3 Материалы настоящего дела передать уполномоченному лицу для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренного частью 5 статьи 14.3 Кодекса об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в судебном порядке в течение трех месяцев со дня вынесения настоящего решения.