

ЗАО «Конде Наст»

109004, г. Москва,
ул. Николоямская, д. 54

РЕШЕНИЕ

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «23» июля 2014 года.
В полном объеме решение изготовлено «05» августа 2014 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия Московского УФАС России) в составе:

председателя Комиссии – (____),

членов Комиссии –(____),(____), (____), (____), (____),

рассмотрев материалы дела № 3-24-58/77-14 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения ЗАО «Конде Наст» в приложении «Красота 2014» к журналу «TATLER», февраль № 2 (66) 2014, на странице 33 рекламы медицинских услуг, оказываемых клиникой «Helen Baden», с признаками нарушения части 8 статьи 24 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в присутствии представителя ЗАО «Конде Наст» (по доверенности),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-24-58/77-14 возбуждено в отношении ЗАО «Конде Наст» на основании обращения физического лица (вх. № 5801 от 26.02.2014) по факту распространения в приложении «Красота 2014» к журналу «TATLER», февраль № 2 (66) 2014, на странице 33 рекламы медицинских услуг, оказываемых клиникой «Helen Baden».

Комиссия Московского УФАС России, исследовав материалы дела, оценив доказательства в их совокупности и взаимной связи, установила следующее.

ЗАО «Конде Наст» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 26.09.2002 за основным государственным регистрационным номером 1027739270052, ИНН 7709244433, КПП 770901001.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, реклама — 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 продвижение на рынке.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, объект рекламирования — товар, средство индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Согласно пункту 3 статьи 3 Закона о рекламе, под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

На основании представленных в материалах настоящего дела документов установлено, что в приложении «Красота 2014» к журналу «TATLER», февраль № 2 (66) 2014, на странице 33 размещена информация о предоставляемых клиникой «Helen Baden» услугах в области безоперационного омоложения.

Таким образом, спорная информация, распространенная в приложении «Красота 2014» к журналу «TATLER», февраль № 2 (66) 2014, на странице 33, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, а именно услугам, оказываемым клиникой «Helen Baden».

Исходя из законодательного определения понятия рекламы, одним из критериев отнесения той или иной информации к рекламе является направленность такой информации неопределенному кругу лиц.

При этом под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации,

как предназначенность для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

В соответствии со свидетельством о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС77-33915 от 29.10.2008, журнал «TATLER» является средством массовой информации, специализирующимся на информации о стиле жизни, моде, новостях светской жизни, знаменитых людях, произведениях зарубежных авторов. При этом территорией распространения названного журнала является Российская Федерация и зарубежные страны.

Таким образом, каких-либо ограничений по кругу лиц, среди которых была распространена спорная информация, Комиссией Московского УФАС России не установлено.

На основании изложенного, спорная информация, распространенная в приложении «Красота 2014» к журналу «TATLER», февраль № 2 (66) 2014, на странице 33, признана Комиссией Московского УФАС России рекламой.

Размещение рассматриваемой рекламы в приложении «Красота 2014» к журналу «TATLER», февраль № 2 (66) 2014 осуществлялось на основании договора № CN-A-10-1805 на размещение рекламы от 03.03.2010, заключенного между ООО «Информ Экспресс» и ЗАО «Конде Наст».

В соответствии с предметом договора № CN-A-10-1805 на размещение рекламы от 03.03.2010, ЗАО «Конде Наст» обязуется размещать информацию (рекламу) ООО «Информ Экспресс» в изданиях ЗАО «Конде Наст», а ООО «Информ Экспресс» обязуется оплатить такое размещение.

Согласно пункту 3.1 договора № CN-A-10-1805 на размещение рекламы от 03.03.2010, ЗАО «Конде Наст» обязано разместить рекламу в точном соответствии с оригинал-макетом на условиях, оговоренных в дополнении к договору.

При этом, под «оригинал-макетом» в соответствии с положениями данного договора понимается конечный образец рекламы для размещения в издании, соответствующий требованиям российского законодательства и заверенный уполномоченным лицом рекламодателя.

Согласно дополнению № 119 от 13.01.2014 к договору № CN-A-10-1805 на размещение рекламы от 03.03.2010, ЗАО «Конде Наст» и ООО «Информ Экспресс» было согласовано размещение спорной рекламы в приложении «Красота 2014» к журналу «TATLER» № 2 (66) за февраль 2014.

Согласно пункту 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодатель — лицо осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламодателем является лицо, осуществляющее фактическое доведение содержания объекта рекламирования до сведения потребителей.

Таким образом, принимая во внимание положения договора № CN-A-10-1805 на размещение рекламы от 03.03.2010, а также с учетом того, что ЗАО «Конде Наст» является учредителем и издателем журнала «TATLER»,

Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что рекламодателем спорной рекламы является ЗАО «Конде Наст».

В соответствии с частью 8 статьи 24 Закона о рекламе, в редакции действовавшей на момент распространения рекламы, 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.

Пунктом 4 статьи 2 Федерального закона от 21.11.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» определено, что под медицинской услугой понимается медицинское вмешательство или комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение.

Согласно Отраслевому стандарту «Термины и определения системы стандартизации в здравоохранении» ОСТ 91500.01.0005-2001, утвержденному приказом Минздрава России от 22.01.2001 № 12, медицинская услуга — это мероприятие или комплекс мероприятий, направленных на профилактику заболеваний, их диагностику и лечение, имеющих самостоятельное законченное значение и определенную стоимость.

Рассматриваемая реклама содержит описание услуг, оказываемых клиникой «Helen Baden» в области безоперационного омоложения. Данная реклама выполнена в виде статьи, в которой главный врач клиники «Helen Baden» Елена Кондрашова отвечает на вопросы о методах коррекции возрастных изменений лица, в том числе содержит следующий текст: «Елена, какие препараты вы предпочитаете при контурной пластике? Исключительно рассасывающиеся! Авторитетно заявляю, что один из самых безопасных, пластичных, подходящих для введения во все слои кожи и подкожных тканей препаратов — это гиалуроновая кислота»; «Мы разработали технологию безоперационного лифтинга, благодаря которой естественным образом восстанавливается овал лица без единого разреза...Новейшие лазерные технологии, представленные в клинике, за одну-две процедуры устранят морщины, пигментацию и сосуды, а филлеры на основе гиалуроновой кислоты восполнят недостающие объемы лица...Сегодня мы можем предложить усовершенствованную процедуру нитевого лифтинга. В своей работе я использую два вида нитей: мезонити, уплотняющие кожу, и фиксирующие нити, обеспечивающий «лифтинговый эффект».

В соответствии с Положением об организации деятельности косметологического кабинета, являющемуся приложением № 1 к Порядку

оказания медицинской помощи населению по профилю «косметология», утвержденному приказом Минздравсоцразвития России от 18.04.2012 № 381н, в процедурной косметологического кабинета осуществляются инвазивные процедуры (введение инъекционных тканевых наполнителей; инъекции препаратов токсина ботулизма; инъекционная коррекция рубцовой ткани; мезотерапия; биоревитализация; пилинг срединный; инъекционное введение лекарственных препаратов).

Таким образом, текст спорной рекламы содержит указание на процедуры, проводимые в косметологическом кабинете при оказании медицинской помощи населению по профилю «косметология».

При этом, согласно пункту 3 статьи 2 Федерального закона от 21.11.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» под медицинской помощью понимается комплекс мероприятий, направленных на поддержание и (или) восстановление здоровья и включающих в себя предоставление медицинских услуг.

Согласно информации, представленной Федеральной службой по надзору в сфере здравоохранения (вх. № 15922 от 19.05.2014), а также Министерством здравоохранения Российской Федерации (вх. № 17216 от 26.05.2014), процедуры, описание которых дано в спорной рекламе могут быть квалифицированы как процедуры медицинских услуг, применяемые в косметологии.

Таким образом, установлено, что спорная реклама является рекламой медицинских услуг.

Согласно письменным пояснениям ЗАО «Конде Наст» на момент согласования макета спорной рекламы и подписания в печать номера журнала «TATLER» № 2 (66) 2014, действовала прежняя редакция части 8 статьи 24 Закона о рекламе, в соответствии с которой отсутствовал запрет на распространение рекламы медицинских услуг в неспециализированных печатных изданиях. Кроме того, на сегодняшний день запрет на рекламу медицинских услуг в неспециализированных печатных изданиях отменен, в связи с чем, по мнению представителя ЗАО «Конде Наст» рассматриваемое дело должно быть прекращено.

Запрет на распространение с 01.01.2014 рекламы медицинских услуг вне мест проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, а также в неспециализированных печатных изданиях, предназначенных для медицинских и фармацевтических работников введен Федеральным законом от 25 ноября 2013 года № 317-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации и признании утратившими силу отдельных положений законодательных актов Российской Федерации по вопросам охраны здоровья граждан в Российской Федерации».

Согласно дополнению № 119 к договору № CN-A-10-1805 на размещение рекламы от 03.03.2010, размещение спорной рекламы в приложении «Красота 2014» к журналу «TATLER» № 2 (66) за февраль 2014 было согласовано ЗАО

«Конде Наст» и ООО «Информ Экспресс» 13.01.2014.

При этом, счет на оплату услуг по размещению рассматриваемой рекламы был выставлен ЗАО «Конде Наст» 16.01.2014 и оплачен ООО «Информ Экспресс» 03.02.2014.

Таким образом, решение о размещении рекламы медицинских услуг, оказываемых клиникой «Helen Baden» в приложении «Красота 2014» к журналу «TATLER» № 2 (66) за февраль 2014, а также оплата названных услуг были произведены уже после вступления в силу положений Федерального закона от 25 ноября 2013 года № 317-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации и признании утратившими силу отдельных положений законодательных актов Российской Федерации по вопросам охран здоровья граждан в Российской Федерации».

Кроме того, стоит отметить, что закон, в соответствии с которым была запрещена реклама медицинских услуг вне мест проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, а также в неспециализированных печатных изданиях, предназначенных для медицинских и фармацевтических работников был опубликован 25.11.2013.

На основании представленных ЗАО «Конде Наст» и ООО «Р.Р. Доннелли Европа» документов установлено, что рассматриваемый номер журнала «TATLER», вместе с приложением «Красота 2014», был подписан в печать 26.12.2013, отпечатан 31.12.2013 и вышел в свет 16.01.2014.

Таким образом, о запрете на распространение начиная с 01.01.2014 рекламы медицинских услуг вне мест проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, а также в неспециализированных печатных изданиях, предназначенных для медицинских и фармацевтических работников, ЗАО «Конде Наст» было известно до подписания в печать рассматриваемого номера журнала «TATLER».

В соответствии с пунктом 5 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» срок давности привлечения к административной ответственности за нарушение законодательства о рекламе начинает течь с момента совершения такого правонарушения, а не с момента принятия антимонопольным органом решения о нарушении законодательства о рекламе.

При этом, если спорная реклама размещена в средстве массовой информации, выпущенном тиражом, срок давности привлечения к административной ответственности за указанное правонарушение исчисляется со дня начала распространения соответствующего тиража этого средства массовой информации.

Резюмируя вышеизложенное представляется возможным сделать вывод о том, что датой начала фактического распространения журнала «TATLER» № 2

(66) 2014, а равно датой его выхода в свет является 16.01.2014.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России считает правильным применение в настоящем случае части 8 статьи 24 Закона о рекламе в редакции, действовавшей с 01.01.2014.

Довод представителя ЗАО «Конде Наст» о том, что настоящее дело подлежит прекращению в порядке части 2 статьи 1.7 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее -КоАП РФ) в связи с отменой административной ответственности за распространение рекламы медицинских услуг вне мест проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, а также в неспециализированных печатных изданиях, предназначенных для медицинских и фармацевтических работников, Комиссией Московского УФАС отклонен по следующим основаниям.

Настоящее дело возбуждено в отношении ЗАО «Конде Наст» в порядке, установленном Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508.

Результатом рассмотрения дела, возбужденного по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, является принятие антимонопольным органом решения о наличии в рекламе нарушения положений Закона о рекламе, либо о прекращении рассмотрения дела в связи с отсутствием факта такого нарушения.

При этом, привлечение виновного лица к административной ответственности в рамках рассмотрения дела, возбужденного по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508 не предусмотрено.

Таким образом, применение в настоящем случае части 2 статьи 1.7 КоАП РФ не представляется возможным.

Ответственность за нарушение части 8 статьи 24 Закона о рекламе в соответствии со статьей 38 Закона о рекламе несет как рекламоделец, так и рекламодатель.

Таким образом, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о нарушении ЗАО «Конде Наст» при распространении рекламы медицинских услуг, оказываемых клиникой «Helen Baden» в приложении «Красота 2014» к журналу «TATLER», февраль № 2 (66) 2014 части 8 статьи 24 Закона о рекламе.

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, является ненадлежащей.

Таким образом, реклама медицинских услуг, оказываемых клиникой «Helen Baden», распространенная в приложении «Красота 2014» к журналу

«TATLER», февраль № 2 (66) 2014, является ненадлежащей.

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Целью выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе помимо пресечения выявленного нарушения является предупреждение аналогичных правонарушений в будущем.

Вместе с тем, с 30.06.2014 вступил в силу Федеральный закон от 28.06.2014 № 190-ФЗ «О внесении изменения в статью 24 Федерального закона «О рекламе», исключая из сферы регулирования части 8 статьи 24 Закона о рекламе рекламу медицинских услуг.

Учитывая изложенное, с 30.06.2014 размещение рекламы медицинских услуг допускается любым способом, при соблюдении иных требований, предъявляемых к рекламе Законом о рекламе.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о нецелесообразности выдачи ЗАО «Конде Наст» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу медицинских услуг, оказываемых клиникой «Helen Baden», распространенную в приложении «Красота 2014» к журналу «TATLER», февраль № 2 (66) 2014 ненадлежащей, поскольку при ее распространении нарушены требования части 8 статьи 24 Закона о рекламе.

2. Не выдать ЗАО «Конде Наст» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Не передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в связи с отменой административной ответственности за распространение рекламы медицинских услуг вне мест проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, а также в неспециализированных печатных изданиях, предназначенных для медицинских и фармацевтических работников.

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

Председатель Комиссии ()

Члены Комиссии ()

()

()

()

()

Исполнитель: Н.. 8 (495) 784-75-05 (доб. 159)