

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 № 3-24-57/77-14 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 53 рекламы медицинских услуг, оказываемых клиникой «Mont Blanc», 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 № 3-24-57/77-14 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 53 рекламы медицинских услуг, оказываемых клиникой «Mont Blanc».

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 53 размещена информация о предоставляемых клиникой «Mont Blanc» услугах, в частности приведен перечень, оказываемых названной клиникой услуг в области косметологии и пластической хирургии.

Таким образом, спорная информация, распространенная в приложении «Красота 2014» к журналу «TATLER», февраль № 2 (66) 2014, на странице 53, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, а именно услугам, оказываемым клиникой «Mont Blanc».

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 53, признана Комиссией Московского УФАС России рекламой.

Размещение рассматриваемой рекламы в приложении «Красота 2014» к журналу «TATLER», февраль № 2 (66) 2014 осуществлялось на основании договора № ТА-А-09-1443 на размещение рекламы от 01.12.2008, заключенного между ЗАО «СИ-УАЙ-ЭН-БИ» и ЗАО «Конде Наст».

В соответствии с предметом договора № ТА-А-09-1443 на размещение рекламы от 01.12.2008, ЗАО «Конде Наст» обязуется размещать информацию (рекламу) ЗАО «СИ-УАЙ-ЭН-БИ» в изданиях ЗАО «Конде Наст», а ЗАО «СИ-УАЙ-ЭН-БИ» обязуется оплатить такое размещение.

Согласно пункту 3.1 договора № ТА-А-09-1443 на размещение рекламы от 01.12.2008, 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 № 19 от 13.01.2014 к договору № ТА-А-09-1443 на размещение рекламы от 01.12.2008, ЗАО «Конде Наст» и ЗАО «СИ-УАЙ-ЭН-БИ» 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 № ТА-А-09-1443 на размещение рекламы от 01.12.2008, 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 перечень услуг, оказываемых клиникой «Mont Blanc» в области косметологии и пластической хирургии. При этом, среди услуг, оказываемых в области пластической хирургии указаны, в том числе следующие: пластика век, пластика носа.

Установлено, что услуги, поименованные как пластика век (блефаропластика), пластика носа содержатся в Номенклатуре медицинских услуг, утвержденной Приказом Минздравсоцразвития России № 1664н от 27 декабря 2011 г. «Об утверждении номенклатуры медицинских услуг» в разделе «оперативное лечение» под кодами: А16.26.111 (пластика века - блефаропластика), А16.08.008 (пластика носа).

Кроме того, текст спорной рекламы содержит следующее: «Пластическая хирургия: омоложение лица; пластика век; пластика носа; увеличение груди; подтяжка груди; уменьшение груди; липосакция; пластика живота; увеличение ягодиц. Женская и мужская интимная пластика. Косметология».

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), вышеперечисленные процедуры могут быть квалифицированы как медицинские услуги.

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 № 19 от 13.01.2014 к договору № ТА-А-09-1443 на размещение рекламы от 01.12.2008, размещение спорной рекламы в приложении «Красота 2014» к журналу «TATLER» № 2 (66) за февраль 2014 было согласовано ЗАО «Конде Наст» и ЗАО «СИ-УАЙ-ЭН-БИ» 13.01.2014.

При этом, счет на оплату услуг по размещению рассматриваемой рекламы был выставлен ЗАО «Конде Наст» 16.01.2014 и оплачен ЗАО «СИ-УАЙ-ЭН-БИ» 26.02.2014.

Таким образом, решение о размещении рекламы медицинских услуг, оказываемых клиникой «Mont Blanc» 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 охраны 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 начинается 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 рекламоатель, так и рекламодатель.

Таким образом, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о нарушении ЗАО «Конде Наст» при распространении рекламы медицинских услуг, оказываемых клиникой «Mont Blanc» 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 «Mont Blanc», 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 «Mont Blanc», 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: тел. 8 (495) 784-75-05 (доб. 159)