

ИГ/33341/18 от 12.07.2018

ООО «Гэллэри Сервис»

121087, Москва,
Багратионовский пр-д., д. 7, к. 20а

ООО «Форвард РА»

Энтузиастов ш., д. 17, стр. 2,
г. Москва, 111024

ООО «Панацея Клиник»

Академика Челомея ул., д. 10Б,
г. Москва, 117630

finance@primamedica.ru

help@primamedica.ru

РЕШЕНИЕ
по делу № 3-24-270/77-17

«30» января 2018 года

г. Москва

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

председателя Комиссии: <...>,

членов Комиссии: <...>, <...>,

рассмотрев дело № 3-24-270/77-17, возбужденное в отношении ООО «Гэллэри Сервис», ООО «Форвард РА» по факту распространения рекламы «PrimaMedica медицинский центр» (3972_ГС-16_5; 3972_ГС-16_5_19974; 3972_ГС-16_5_19975), с признаками нарушения части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в размещении в рекламе предупреждения о наличии противопоказаний к применению и использованию лекарственных препаратов, необходимости получения консультации специалистов, занимающего менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства),

в присутствии представителей ООО «Гэллэри Сервис» в лице <...>, <...>, <...>, ООО «Панацея Клиник» в лице <...>, ООО «Форвард РА» в лице <...>,

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-24-270/77-17 возбуждено в отношении ООО «Гэллэри Сервис», ООО «Форвард РА» на основании Акта № 8-18 плановой выездной проверки юридического лица от 02.06.2017 при осуществлении контроля за соблюдением Закона о рекламе по факту размещения рекламы «PrimaMedica медицинский центр» (3972_ГС-16_5; 3972_ГС-16_5_19974; 3972_ГС-16_5_19975), содержащей признаки нарушения части 7 статьи 24 Закона о рекламе.

Далее, определение по делу № 3-24-270/77-17 от 18.12.2017, в качестве лица, в чьих действиях также усматриваются признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, было привлечено ООО «Панацея Клиник».

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, заслушав доводы представителей, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

ООО «Гэллэри Сервис» (адрес: 121087, г. Москва, Багратионовский пр-д, д. 7, к. 20А) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 10.08.2004 за основным государственным регистрационным номером 1047796590159, ИНН 7714564333, КПП 773001001.

ООО «Форвард РА» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 03.04.2012 за основным государственным регистрационным номером 1127746236914, ИНН 7720746109, КПП 772001001.

ООО «Панацея Клиник» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 06.02.2003 за основным государственным регистрационным номером 1157746158800, ИНН 7721285813, КПП 771901001.

На остановочных павильонах г. Москвы согласно адресному перечню размещалась реклама «PrimaMedica медицинский центр».

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе рекламой является 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.

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 неком лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Реклама размещалась на рекламных поверхностях остановочных

павильонов. Таким образом, установлено, что место и способ распространения рассматриваемой рекламы является общедоступным для неопределенного круга лиц потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по территории его распространения и кругу лиц-потребителей рекламы, Комиссией Московского УФАС России не установлено.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе объектом рекламирования является 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.

В соответствии с пунктом 3 статьи 3 Закона о рекламе товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Спорная реклама содержала, в частности, следующие сведения:

«Prima Medica Медицинский центр для детей и взрослых; более 50 специалистов; педиатр, рентген; УЗИ; терапевт; ортопедия; травматология; восстановительное лечение; справки; анализы; эндокринолог; онколог; дерматолог; кардиолог; хирург; косметология; гинеколог; уролог; мед. книжки; маммолог и т.д.», далее следует информация: «Имеются противопоказания, необходимо получить консультацию специалиста» (далее — Реклама 1);

«Prima Medica Медицинский центр; детская клиника; врачи-специалисты и программы прикрепления от 0 до 18 лет; Составь свою программу прикрепления до 31.01.2017 дополнительный блок в подарок; аллергия; вакцинация; вся семья; расширенное; базовое прикрепление и т.д.», далее следует следующая информация «Имеются противопоказания, необходимо получить консультацию специалиста» (далее — Реклама 2);

«Prima Medica Медицинский центр; медицинский центр для детей и взрослых; программа «Позвоночник»; консультация вертебро-невролога; персональный план реабилитации; массаж сегментарный; кинезио-терапия индивидуально; экзарта под контролем врача; консультация ортопеда; исправление опорной функции стопы; диагностика осанки; постуроскопия; цифровая плантография; индивидуальные ортезы со скидкой и т.д.», далее следует информация «Имеются противопоказания, необходимо получить консультацию специалиста» (далее — Реклама 3).

В настоящем случае, исходя из текста рекламы, объектом рекламирования выступают медицинские услуги, реализуемые медицинским центром «Prima Medica».

На основании изложенного, спорная информация является рекламой, что также не оспаривается участниками дела.

В соответствии с частью 7 статьи 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).

При расчете специалистами Московского УФАС России площади предупреждения «Имеются противопоказания, необходимо получить консультацию специалиста» в Рекламе 1 установлено, что общая площадь рекламного блока составляет «48960» мм²; площадь предупреждения «Имеются противопоказания, необходимо получить консультацию специалиста» в указанной рекламе составляет «1881» мм², что составляет ~ 4 % от площади, занимаемой рекламой. Данный факт также подтвержден на заседании комиссии Московского УФАС России.

При расчете специалистами Московского УФАС России площади предупреждения «Имеются противопоказания, необходимо получить консультацию специалиста» в Рекламе 2 установлено, что общая площадь рекламного блока составляет «49140» мм²; площадь предупреждения «Имеются противопоказания, необходимо получить консультацию специалиста» в указанной рекламе составляет «1881» мм², что составляет ~ 4 % от площади, занимаемой рекламой. Данный факт также подтвержден на заседании комиссии Московского УФАС России.

При расчете специалистами Московского УФАС России площади предупреждения «Имеются противопоказания, необходимо получить консультацию специалиста» в Рекламе 3 установлено, что общая площадь рекламного блока составляет «48509» мм²; площадь предупреждения «Имеются противопоказания, необходимо получить консультацию специалиста» в указанной рекламе составляет «1881» мм², что составляет ~ 4 % от площади, занимаемой рекламой. Данный факт также подтвержден на заседании комиссии Московского УФАС России.

Таким образом, в рекламе «PrimaMedica медицинский центр» предупреждение о наличии противопоказаний и необходимости проконсультироваться со специалистом занимает менее 5% рекламной площади.

На основании вышеизложенного Комиссией Московского УФАС России при распространении рассматриваемой рекламы установлен факт нарушения части 7 статьи 24 Закона о рекламе.

В соответствии с частями 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных частью 1 статьи 24 Закона о рекламе

несет рекламодатель, ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 24 Закона о рекламе несет как рекламодатель, так и рекламодателем распространитель.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламодателем признается лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Размещение спорной рекламы осуществлялось на основании следующих договоров: договор № 3972/ГС-16 от 30.11.2015, заключенного между ООО «Гэллэри Сервис» и ООО «Форвард РА» (далее — Договор 1), договор № 352 от 03.11.2016, заключенный между ООО «Форвард РА» и ООО «Панацея Клиник».

Таким образом, распространителем рассматриваемой рекламы является ООО «Гэллэри Сервис».

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона о рекламе рекламодателем признается изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Исходя из нормативного понятия, рекламодателем может являться не только субъект, заинтересованный в продвижении рекламируемого товара на рынке, но и любой другой субъект, который определил непосредственное содержание рекламы, в частности какой именно товар (работу, услугу) рекламировать.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России установлено, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Панацея Клиник», что сторонами по делу не оспаривается.

На основании изложенного Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о наличии в действиях ООО «Гэллэри Сервис», ООО «Панацея Клиник» факта нарушения части 7 статьи 24 Закона о рекламе.

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.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пускай и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

Предписание само по себе направлено на устранение нарушений, выявленных при рассмотрении конкретного дела, не является мерой

ответственности стороны, исходит из выбранного уполномоченным органом способа защиты общественных отношений, исходя из положений Закона о рекламе, а также законных прав потребителей, конкурентов и иных заинтересованных лиц.

Также, в дело не представлено документальных доказательств невозможности продолжения распространения рассматриваемой рекламы, а равно подтвержденной информации о прекращении действия либо расторжении договоров, гражданско-правовых отношений или иных внутренних актов, на основании которых рассматриваемая реклама размещалась.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу необходимости выдачи ООО «Гэллэри Сервис», ООО «Панацея Клиник» предписания о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения Закона о рекламе.

Частью 4 статьи 38 Закона о рекламе, частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ) предусмотрена административная ответственность за нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламароспространителем законодательства о рекламе.

Исходя из части 1 статьи 4.5 КоАП РФ, постановление по делу об административном правонарушении за нарушение законодательства о рекламе не может быть вынесено по истечении одного года со дня совершения административного правонарушения.

Комиссией Московского УФАС установлено, что на момент вынесения настоящего решения, срок давности привлечения к административной ответственности ООО «Гэллэри Сервис», ООО «Панацея Клиник» истек.

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

РЕШИЛА:

1. Признать ООО «Гэллэри Сервис», ООО «Панацея Клиник» нарушившими часть 7 статьи 24 Закона о рекламе при распространении на остановочных павильонах ненадлежащей рекламы «PrimaMedica медицинский центр» (3972_ГС-16_5; 3972_ГС-16_5_19974; 3972_ГС-16_5_19975) с размещением в рекламе предупреждения о наличии противопоказаний к применению и использованию лекарственных препаратов, необходимости получения консультации специалистов, занимающего менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

2. Выдать ООО «Гэллэри Сервис», ООО «Панацея Клиник» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Выдать ООО «Форвард РА» предписание о прекращении распространения рекламы с нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, статьей 37 Закона о рекламе.

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии <...>

<...>

<...>

(495) 784-75-05 (доб. <...>)