

ООО «Брэнд АП»

Нижегородская ул., д. 29/33,
г. Москва, 109052

Говорова ул., д. 15, стр. 2,
г. Москва, 121596

hello@brand-up.ru

ООО «Фортуна»

Таллинская ул., д. 26, эт. 1,
пом. XVII, ком. 19, 25, 26,
г. Москва, 123458

Таллинская ул., д. 26,
г. Москва, 123458

ООО «СитиДент»

Спасопесковский пер., д. 3/1,
стр. 2, пом. III, ком. 1, г. Москва,
119002

Митинская ул., д. 33, корп. 1,
г. Москва, 125368

ООО «Чистый город М»

Новомытищинский пр-кт, д. 30/1,
Московская обл., г. Мытищи, 141008

ООО «ЮНИТЕКС»

Поварская ул., д. 31/29,
пом. VI, ком. 6,
г. Москва, 121069

РЕШЕНИЕ

по делу № 3-24-127/77-18

«03» июля 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 № 3-24-127/77-18, возбужденное в отношении ООО «Брэнд АП», ООО «Фортуна», ООО «СитиДент», ООО «Чистый город

М» по факту распространения на стенде, размещенному по адресу: г. Москва, ул. Кулакова, д. 19, рекламы: «Все Свои Стоматология», с признаками нарушения части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе),

в присутствии представителей ООО «Фортуна» в лице <...> (по доверенности б/н от <...>), ООО «СитиДент» <...> (по доверенности б/н от <...>), ООО «ЮНИТЕКС» <...> (по доверенности б/н от <...>), ООО «Чистый город М» в лице <...> (по доверенности б/н от <...>),

в отсутствие представителя ООО «Брэнд АП» (уведомлена надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-24-127/77-18 возбуждено в отношении ООО «Брэнд АП», ООО «Фортуна», ООО «СитиДент», ООО «Чистый город М» по факту распространения на стенде, размещенному по адресу: г. Москва, ул. Кулакова, д. 19, рекламы: «Все Свои Стоматология».

В рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения части 7 статьи 24 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы медицинских услуг без сопровождения предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

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

ООО «Брэнд АП» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 10.11.2015 за основным государственным регистрационным номером 5157746029359, ИНН 7731297060, КПП 773101001.

ООО «Фортуна» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 19.12.2016 за основным государственным регистрационным номером 5167746462230, ИНН 9710022220, КПП 773401001.

ООО «СитиДент» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 21.02.2017 за основным государственным регистрационным номером 1177746176134, ИНН 7704393706, КПП 773301001.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, под рекламой понимается 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 некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Реклама размещалась на рекламных конструкциях на территории города Москва. 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, под объектом рекламирования понимается 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.

Рассматриваемая реклама содержала следующую информацию:

- «Все свои! Стоматология «Митино» ул. Митинская, д. 33/1; «Строгино» ул. Таллинская, д. 26; Покрывной протез скидка 50%, пломба (Германия) — 1290 рублей; Металлокерамика (Германия) — 3900 рублей; имплантат (Израиль) — 7500 рублей».

В настоящем случае, объектом рекламирования является стоматология «Все свои!», а также оказываемые им услуги.

На основании изложенного, спорная информация является рекламой. Данный факт участниками дела не оспаривается.

В соответствии с частью 7 статьи 24 Закона о рекламе, реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и 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 телепрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, - не менее чем 5 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). Такие требования 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.

Пунктом 4 статьи 2 Федерального закона от 21.11.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» (далее — Закон об основах охраны здоровья) 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.

В настоящем случае рекламировались следующие медицинские услуги (в соответствии с Номенклатурой медицинских услуг, утвержденной приказом Минздрава России от 13.10.2017 № 804н): протезирование зуба с использованием имплантата; восстановление зуба пломбой; протезирование.

При этом в рассматриваемой рекламе отсутствует указание на наличие противопоказаний, необходимости получения консультации специалиста.

Таким образом, рассматриваемая реклама, является рекламой в том числе медицинских услуг.

Резюмируя изложенное, Комиссия Московского УФАС приходит к выводу о том, что в рекламе стоматологии «Все Свои!» отсутствует предупреждение о противопоказаниях, необходимости проконсультироваться со специалистом, при том, что такое предупреждение было обязательным к размещению.

Исходя из вышеизложенного, при распространении спорной рекламы установлены признаки нарушения части 7 статьи 24 Закона о рекламе.

Согласно пунктам 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований установленных частью 7 статьи 24 Закона о рекламе несут рекламодатель и рекламораспространитель.

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно пункту 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является 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.

Спорная реклама распространялась на основании последовательно заключенных договоров:

- агентский договор № 01/017 от 25.12.2017, заключенный между ООО «СитиДент» и ООО «ЮНИТЕКС»;
- агентский договор № 03/017 от 23.11.2017, заключенный между ООО «Фортуна» и ООО «ЮНИТЕКС» (далее - Договор 2);
- договор № 12-1/08/2016 от 12.08.2016, заключенный между ООО «ЮНИТЕКС» и ООО «Брэнд АП»;
- договор № ХОВ0324 от 15.11.2017, заключенный между ИП Хабаровой О.В. и ООО «Брэнд АП»;
- агентский договор от 16.09.2017, заключенный между ИП Хабаровой О.В. и ООО «Чистый город М».

В соответствии с представленными документами и сведениями ООО «СитиДент», ООО «Фортуна» и ООО «ЮНИТЕКС», ООО «Брэнд АП» получило рекламные макеты от ООО «ЮНИТЕКС» в надлежащем виде, с указанием всей необходимой в силу законодательства Российской Федерации о рекламе информации. При этом ООО «Чистый город М» пояснил, что ООО «Брэнд АП» передало макеты без указания необходимой информации и при указании ООО «Чистый город М» на этот факт ООО «Брэнд АП» отказалось от добавления такой информации в рекламный макет.

Как было указано выше, согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В настоящем случае лицо, которое определило окончательное содержание рекламы, в том числе в части вменяемого правонарушения, является ООО «Брэнд АП», что стороной по делу не оспаривается.

При этом рекламодателем является ООО «Чистый город М», что ООО «Чистый город М» не оспаривается.

Таким образом, Комиссия Московское УФАС России приходит к выводу о наличии в действиях ООО «Брэнд АП», ООО «Чистый город М» признаков нарушения части 7 статьи 24 Закона о рекламе при распространении на стенде, размещенному по адресу: г. Москва, кл. Кулакова, д. 19, рекламы: «Все Свои Стоматология».

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольных 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.

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.

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.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи ООО «Чистый город М», ООО «Брэнд АП» предписаний о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения Закона о рекламе.

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 «Чистый город М», ООО «Брэнд АП» нарушившими часть 7 статьи 24 Закона о рекламе, в связи с распространением на стенде, размещенному по адресу: г. Москва, ул. Кулакова, д. 19, рекламы «Все Свои Стоматология».

2. Выдать ООО «Чистый город М», ООО «Брэнд АП» предписания о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. В отношении ООО «Фортуна», ООО «СитиДент» производство по делу прекратить.

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

<...>

<...>