

Исх. №АР-08/6165 от 25.04.2019

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан по рассмотрению дел о нарушении законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии: <...> – (должностное лицо)

Члены Комиссии: <...> – (должностное лицо)

<...> – (должностное лицо)

рассмотрев дело №08-31/2019 в отношении ООО «Медиа1» (162612, Вологодская область, г. Череповец, ул. Гоголя, д. 43; ОГРН 1133528012243, ИНН/КПП 3528208806/352801001, дата регистрации юридического лица: 10.12.2013 г.); ООО «Медиа Резерв» (150003, Ярославская область, г. Ярославль, ул. Республиканская, д. 3, корп. 7, оф. 314; ОГРН 1177627021725, ИНН/КПП 7606113781/760601001, дата регистрации юридического лица: 03.07.2017 г.); ООО «РН Телеком» (420044, РТ, г. Казань, ул. Восстания, 29; ОГРН 1091690024997, ИНН/КПП 1657084915/165701001, дата регистрации юридического лица: 20.05.2009 г.); по факту рекламы медицинских услуг с предупреждением в менее чем 5% рекламной площади (рекламного пространства) в газете «Ва-БанкЪ» выпуск №49 от 14.12.2018 г., с текстом: «Озонотерапия 350 руб. Бесплатная консультация невролога. Центр «Озон», ул. Восстания, 29...», которая имеет признаки нарушения Федерального закона от 13 марта 2006 г. №38-ФЗ «О рекламе»,

УСТАНОВИЛА:

В ходе проведения мониторинга Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Управление) было установлено правонарушение по факту распространения в газете «Ва-БанкЪ» выпуск №49 от 14.12.2018 г., с текстом: «Озонотерапия 350 руб. Бесплатная консультация невролога. Центр «Озон», ул. Восстания, 29...», которая имеет признаки нарушения Федерального закона от 13 марта 2006г. № 38-ФЗ «О рекламе».

Согласно пункту 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 8 октября 2012 г. N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

Согласно части 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).

Согласно измерениям Управления, в которых расчеты производились путем нахождения объема необходимого предупреждения об имеющихся противопоказаниях

(58 мм × 4 мм = 232 мм) и общего объема вышеуказанной рекламы (58 мм × 84 мм = 4872 мм), процент объема предупреждения от общего объема составил $232 \text{ мм} \times 100\% \div 4872 \text{ мм} = 4,76\%$.

В пункте 1 статьи 3 Федерального закона от 13 марта 2006 года №38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон «О рекламе») дано понятие рекламы - это информация, распространенная 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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона «О рекламе» объектом рекламирования является товар, средства 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.

Учитывая правовой смысл и содержание приведенных понятий рекламы и объекта рекламирования, информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах, а также об изготовителе (продавце) такого товара, то есть объекту рекламирования в целом.

Информация, размещенная ООО «Медиа Резерв» в издании «Ва-БанкЪ» содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; распространена посредством размещения в СМИ; преследует строго заданные цели информирования: продвижение на рынке, призвана формировать и поддерживать интерес к услугам и товарам, предоставляемым, производимым соответствующим рекламодателем.

Перечень медицинских услуг определен Номенклатурой медицинских услуг, утвержденной приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 27.12.2011 N 1664н (далее - Номенклатура).

При этом указание в рекламе способов воздействия на организм человека, полностью совпадающих с наименованием медицинских услуг, содержащихся в Номенклатуре, позволяет квалифицировать такую рекламу в качестве рекламы медицинских услуг, при отсутствии в такой рекламе иной информации, позволяющей выделить иные объекты рекламирования, в том числе при отсутствии в рекламе раскрытия содержания того или иного метода профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации.

В соответствии с Номенклатурой, озонотерапия является медицинской услугой под кодом А20.30.024, таким образом, озонотерапия является медицинской услугой и представляет собой медицинскую услуги, представляющую собой определенные виды медицинских вмешательств, направленные на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющие самостоятельное законченное значение, путем применения лечения климатическими воздействиями (например, вода, воздух).

На заседании Комиссии представители ООО «Медиа Резерв» признали нарушение ч.7 ст. 24 ФЗ «О рекламе», однако согласно письменным пояснениям ИП <...>, ООО «РН Телеком» в соответствии с расчетами площадь предупреждения составляет 5,71%. Однако расчеты представлены не в соответствии с распространяемым макетом рекламы. В материалах дела представлен оригинал газеты, размеры которой 58 мм

(ширина) × 84 мм (длина) = 4872 мм (площадь).

На заседании Комиссии представителем ООО «Медиа Резерв» было пояснено, что расчет объема площади производится на компьютере.

Комиссией установлено, что компьютерное вычисление объема предупреждения рассчитывается исходя из нижних выносных элементов букв Д и Ц, однако для целей применения части 7 статьи 24 Закона «О рекламе» необходимо учитывать фактически занимаемое рекламное пространство. Таким образом, площадь пространства между нижними пределами букв Д и Ц и остальными буквами занимает 1 мм., в связи с чем свободное пространство площадью 58 мм. формально причисляется в объем предупреждения. В связи с тем, что объем предупреждения должен составлять не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства) Комиссия пришла к выводу, что объем предупреждения составляет меньше 5%.

В соответствии с частью 6, 7 статьи 38 Закона «О рекламе» следует, что за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 24 Закона «О рекламе» несет ответственность рекламодатель, рекламодатель, распространитель.

Рекламодателем является ООО «Медиа Резерв» (150003, Ярославская область, г. Ярославль, ул. Республиканская, д. 3, корп. 7, оф. 314; ОГРН 1177627021725, ИНН/КПП 7606113781/760601001, дата регистрации юридического лица: 03.07.2017 г.).

Согласно пункту 5 статьи 5 Закона «О рекламе», рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

На заседание комиссии явилось лицо, с которым ООО «Медиа Резерв» был заключен договор на распространение рекламы ООО «РН Телеком» и ИП <...>, которыми было пояснено, что ООО «РН Телеком» осуществляет оплату рекламы ИП <...>. в качестве частичного возмещения арендной платы за пользование 20 кв. м. нежилой площади помещения, по адресу г. Казань, ул. Восстания, д. 29, пом. 1007, принадлежащего ИП <...>.

Таким образом, рекламодателем является ИП <...>, на предмет соблюдения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»).

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

Признать рекламу ИП <...> распространенную ООО «Медиа Резерв» в газете «Ва-БанкЪ» выпуск №49 от 14.12.2018 г. ненадлежащей, несоответствующей ч.7 ст.24 Закона «О рекламе», в части размещения рекламы медицинских услуг с предупреждением, которое занимает менее 5% рекламной площади (пространства).

Выдать предписание об устранении нарушения части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ «О рекламе», в связи с непредставлением доказательств устранения нарушения.

Не передавать материалы дела уполномоченному должностному лицу Татарстанского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии:

<...> – (должностное лицо)

Члены Комиссии:

<...> – (должностное лицо)

<...> – (должностное лицо)