

ООО «Спектр32»

241001, г. Брянск,

ул. Авиационная, д. 12, кв.

49

РЕШЕНИЕ

«03» декабря 2020г.
Брянск

г.

Комиссия Брянского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии:

члены Комиссии:

дело №032/05/24-1259/2020 в отношении ООО «Спектр32» по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, в отсутствие представителя ООО «Спектр32» (заявлено ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие представителей ООО «Спектр32»),

УСТАНОВИЛА:

Сотрудниками Брянского УФАС России в сентябре 2020 года на фасаде помещения, в котором расположен офтальмологический кабинет по адресу: г. Брянск, ул. Фокина, д. 49, обнаружена рекламная информация о медицинском изделии: ночные линзы. Реклама ночных линз размещена на баннере и в окнах помещения.

В соответствии с п. 1 ст. 3 Закона «О рекламе», реклама - 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.

Объектом рекламирования может быть 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.

Согласно ч. 7 ст. 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.

Согласно Большой Медицинской Энциклопедии, контактные линзы - это линзы, надеваемые непосредственно на роговицу или склеру с целью оптической коррекции зрения и лечения некоторых заболеваний глаз, а также для прикрытия дефектов переднего отрезка глазного яблока. Существует два основных вида контактных линз - жесткие и мягкие, которые могут быть роговичными и склеральными. Жесткие контактные линзы изготавливают из полиметилметакрилата, а мягкие - из гидроколлоидного или силиконового материала. Мягкие контактные линзы в отличие от жестких, более эластичны, не препятствуют обменным процессам в роговице, не требуют длительной адаптации и поэтому более перспективны.

Контактная коррекция зрения - это применение контактных линз. Контактная линза - прозрачная пленка или пластинка, изготовленная из различных полимеров, которая надевается непосредственно на роговицу. Классификация контактных линз - жесткие и мягкие. Контактные линзы подбирает офтальмолог, который также рекомендует режим ношения контактных линз. Тип и параметры контактных линз зависят от рефракции, преломляющей силы роговицы, остроты зрения с очковой коррекцией, а также от стиля жизни и профессиональной деятельности пациента. При подборе контактных линз оценивается положение и подвижность линзы на роговице, острота зрения с ними, пациента обучают обращению и уходу за контактными линзами. Имеются также противопоказания к ношению контактных линз, включая заболевания глаз, затрагивающие роговицу и конъюнктиву.

Целью размещения в рекламе предупредительной информации является обеспечение правильного приема лекарственных препаратов, получения медицинских услуг и надлежащей эксплуатации медицинской техники.

Объектами рекламирования в рассматриваемой рекламе является офтальмологический кабинет и контактные линзы.

Поскольку рассматриваемая информация направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (метод коррекции зрения ночными ОК-линзами), формирование или поддержание интереса к нему и его

продвижение на рынке, и не содержит указания на конкретного субъекта получения, в соответствии с [Закона «О рекламе»](#) она является рекламой.

Рассматриваемая реклама не содержит предусмотренного Федеральным [законом «О рекламе»](#) предупреждения о наличии противопоказаний и необходимости получения консультации специалистов, в связи с чем, рассматриваемая реклама размещена с нарушением требований, предусмотренных [частью 7 статьи 24](#) Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со ст. 3 указанного закона рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное лицо, определившее объект рекламирования. В соответствии с ч. 6 ст. 38 указанного закона ответственность за данное нарушение несет рекламодатель.

Рекламодателем рекламы и лицом, осуществляющим деятельность в офтальмологическом кабинете по адресу: г. Брянск, ул. Фокина, д. 49 является ООО «Спектр32» (адрес: 241001, г. Брянск, ул. Авиационная, д. 12А, кв. 49).

Руководствуясь п. 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального 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

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу офтальмологического кабинета ООО «Спектр32» размещенную по адресу: г. Брянск, ул. Фокина, д. 49 и несоответствующую требованиям ч. 7 ст. 24 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе».

2. ООО «Спектр32» (адрес: 241001, г. Брянск, ул. Авиационная, д. 12А, кв. 49) не выдавать предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе в связи с устранением нарушений до вынесения решения.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Брянского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренное ч.1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме «04» декабря 2020г.

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

Председатель Комиссии: