

РЕШЕНИЕ

по делу № 06-06/73-2017

03 октября 2017 года

город Омск

Комиссия Омского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель Комиссии – <...>, заместитель руководителя Омского УФАС России,

члены Комиссии: <...>,

рассмотрев дело № 06-06/73-2017 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения обществом с ограниченной ответственностью «ИнтерМедиа» (далее – ООО «ИнтерМедиа», Общество) рекламы медицинских изделий, содержащей признаки нарушения требований части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в присутствии представителя ООО «ИнтерМедиа – <...> (доверенность от 06.06.2017 № 19),

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе 29.08.2017 Управлением Федеральной антимонопольной службы по Омской области был установлен факт распространения на рекламной конструкции (сектор 11) в лифте жилого дома по адресу: г. Омск, ул. Иртышская Набережная, дом 46, подъезд 1, рекламы: *«ZEISS Немецкие линзы Carl Zeiss Blue Protect Идеальны для работы за компьютером и с мобильными цифровыми устройствами. ОПТИКА интервзгляд Куйбышева, 62, 38 16 14».*

В соответствии с [пунктом 1 статьи 3](#) Федерального закона «О рекламе» реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме, 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.

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками – распространена в адрес неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания к салону оптики «Интервзгляд», а также реализуемой им продукции - линзам.

Согласно приказу Министерства здравоохранения Российской Федерации от 06.06.2012 № 4н «Об утверждении номенклатурной классификации медицинских изделий» очки (код 11.10 линзы очковые и сопутствующие изделия), контактные линзы (код 11.9 линзы контактные и сопутствующие изделия) относятся к виду офтальмологических медицинских изделий № 11.

В соответствии с частью 7 статьи 24 Федерального 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). Требования настоящей части 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.

На момент выявления факта распространения рекламы предупреждение, предусмотренное частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», в вышеуказанной рекламе отсутствовало.

По определению (пункт 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В силу части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламораспространитель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

По определению (пункт 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») ООО «ИнтерМедиа» является рекламораспространителем (лицом, осуществляющим распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств).

На запрос Омского УФАС России ООО «ИнтерМедиа» представило следующие пояснения (вх. № 7412 от 14.09.2017): «...При заключении договора № 246 от 31.07.2017 на размещение информации в лифтах с рекламодателем также была договорённость о том, что мы обязуемся добавить в рекламное изображение, предупреждение о наличии противопоказаний и необходимости консультации специалиста. Указанное предупреждение выполнено в светло-серой цветовой гамме и размещено на правой боковой поверхности рекламного изображения.

Однако при сдаче его в печать нами не были учтены особенности офсетной печати (штамповка), вследствие чего светло-серая надпись практически слилась с основным фоном рекламного изображения.

Согласно условиям договора № 246 от 31.07.2017, датой распространения рекламы является 01.08.2017, однако макет вышеуказанной рекламы был предоставлен рекламодателем лишь 31.07.2017 т.е. накануне дня, предшествующему дню размещения рекламы.

Учитывая ограниченность времени, менеджер по рекламе не успела проконтролировать яркость шрифта предупредительной надписи...».

Учитывая изложенное, рассмотрев материалы дела, заслушав пояснения представителя Общества, Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу о нарушении ООО «ИнтерМедиа» требований части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» при распространении на рекламной конструкции (сектор 11) в лифте жилого дома по адресу: г. Омск, ул. Иртышская Набережная, дом 46, подъезд 1, рекламы медицинских изделий.

ООО «ИнтерМедиа» представлены пояснения (вх. № 7412 от 14.09.2017), из которых следует, что в настоящее время указанная реклама демонтирована.

Учитывая, что нарушение законодательства о рекламе устранено в добровольном порядке,

Комиссией Омского УФАС России сделан вывод об отсутствии необходимости в выдаче ООО «ИнтерМедиа» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 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 рекламу *«ZEISS Немецкие линзы Carl Zeiss Blue Protect Идеальны для работы за компьютером и с мобильными цифровыми устройствами. ОПТИКА интервзгляд, Куйбышева, 62, 38 16 14»*, распространенную ООО «ИнтерМедиа» 29.08.2017 на рекламной конструкции (сектор 11) в лифте жилого дома по адресу: г. Омск, ул. Иртышская Набережная, дом 46, подъезд 1, ненадлежащей, нарушающей требования части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

2. Не выдавать ООО «ИнтерМедиа» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в связи с устранением нарушения в добровольном порядке.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Омского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении по части 5 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 04 октября 2017 года.

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

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии: <...>