

## РЕШЕНИЕ

по делу № 055/05/24-608/2022

23 августа 2022 года  
город Омск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее – Омское УФАС России, Управление) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее также – Комиссия) в составе:

председатель Комиссии – (...)

члены Комиссии: (...)

рассмотрев дело № 055/05/24-608/2022 по факту нарушения индивидуальным предпринимателем (...) и обществом с ограниченной ответственностью «ФестМолл», ИНН 5507212160, ОГРН 1095543020088, адрес: 644074, г. Омск, ул. 70 лет Октября, д. 19 (далее – ООО «ФестМолл») требований части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в отсутствие ИП (...)

в присутствии представителя ООО «ФестМолл» (...)

### УСТАНОВИЛА:

В результате проведения 18.05.2022 мероприятия по контролю за соблюдением обязательных требований Федерального закона «О рекламе» Омским УФАС России зафиксирован факт размещения на фасаде торгового центра «Festival city», расположенного по адресу: г. Омск, ул. 70 лет Октября, д. 19, информации следующего содержания:

- «OPTILEANS.RU Оптика прием врача-офтальмолога»;

- «OPTILEANS прием детского врача офтальмолога современные методы контроля близорукости у детей».

По определению, данному статьей 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;

объект рекламирования - это 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;

товар - это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Вышеуказанная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками – распространена наружным способом в адрес неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания к оказываемой услуге – приема врача-офтальмолога.

При этом указанная реклама была распространена с нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе.

Федеральным законом от 21.11.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» дано понятие медицинской услуги - это медицинское вмешательство или комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение.

Приказом Минздрава России от 13.10.2017 № 804н «Об утверждении номенклатуры медицинских услуг» утверждена Номенклатура медицинских услуг, представляющая собой систематизированный перечень кодов и наименований медицинских услуг в здравоохранении (далее – Номенклатура).

Согласно положениям Номенклатуры перечень медицинских услуг разделен на два раздела «А» и «В»:

- раздел «А» включает медицинские услуги, представляющие собой определенные виды медицинских вмешательств, направленные на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющие самостоятельное законченное значение;

- раздел «В» включает медицинские услуги, представляющие собой комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение.

В соответствии с Номенклатурой рекламируемые услуги «прием врача-офтальмолога», «прием детского офтальмолога» относятся к медицинским: прием (осмотр, консультация) врача-офтальмолога первичный (код В01.029.001), прием (осмотр, консультация) врача-офтальмолога повторный (код В01.029.002) и т.д.

В силу части 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.

В письме ФАС России от 22.06.2020 № ДФ/52241/20 «О рекламе лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, методов народной медицины» указано, что норма требует включать в содержание рекламы лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий один из видов предупреждения:

- о наличии противопоказаний к их применению и использованию;

- о необходимости ознакомления с инструкцией по применению объекта рекламирования;

- о необходимости получения консультации специалистов.

При этом в зависимости от вида объекта рекламирования рекламодатель самостоятельно вправе определить, какой из этих видов предупреждения использовать в рекламе.

На момент фиксации распространяемой рекламы информация, предусмотренная частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», отсутствовала.

Установлено, что в салоне оптики «OPTILEANS», расположенном в торговом центре «Festival city», осуществляет деятельность ИП (...) в торговом центре «Festival city» - ООО «ФестМолл».

Определением от 26.07.2022 Омским УФАС России в отношении ИП (...) и ООО «ФестМолл» возбуждено дело по признакам нарушения части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

ИП (...) и ООО «ФестМолл» представлены пояснения и документы, изучив которые, Комиссия приходит к следующим выводам.

01.10.2018 ИП (...) и ООО «ФестМолл» заключили договор аренды рекламной конструкции № АРК-243 (далее – Договор).

Согласно Договору ИП (...) передана в аренду рекламная конструкция «лайтбокс № 2, лайтбокс № 4», расположенная на фасаде торгового центра «Festival city» по адресу: г. Омск, ул. 70 лет Октября, д. 19 (пункт 1.1 Договора, Приложение № 1 к Договору).

Указанная рекламная конструкция предназначена для использования в качестве места размещения рекламы ИП (...) (пункт 1.5 Договора).

В соответствии с актом приема-передачи, подписанного сторонами 01.10.2018, ООО «ФестМолл» передало, ИП (...) приняла указанную рекламную конструкцию (замечаний и претензий нет).

Дополнительным соглашением к договору аренды рекламной конструкции от 01.10.2021 срок действия Договора продлен до 31.08.2022.

На заседании Комиссии (...) поддержала представленные ранее ООО «ФестМолл» письменные пояснения.

Исходя из представленных ИП (...) письменных пояснений (вх. 8365э от 23.08.2022), «при замене рекламной конструкции был допущен брак при печати изображения, в результате подпись «Имеются противопоказания, необходима консультация специалиста» была срезана», факт нарушения законодательства не отрицает.

Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (пункт 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

Рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (пункт 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

Исходя из определений, данных в пунктах 5 и 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», ИП (...) является и рекламодателем, и рекламораспространителем.

Рассмотрев материалы дела, заслушав пояснения, Комиссия пришла к выводу о нарушении ИП (...) требований части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» при распространении наружной рекламы медицинских услуг.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы, в целях обеспечения реализации права потребителя на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства о рекламе.

В силу пункта 1 части 2 статьи 33 Федерального закона «О рекламе» антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На момент вынесения решения в материалах дела отсутствуют доказательства об устранении ИП (...) нарушений законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь статьями 33, 36 Федерального закона «О рекламе», в соответствии с пунктами 42-55 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922, Комиссия

#### РЕШИЛА:

1. Производство по делу, возбужденному по признакам нарушения части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» в отношении ООО «ФестМолл» (ИНН 5507212160, ОГРН 1095543020088), прекратить.

2. Признать рекламу «OPTILEANS.RU Оптика прием врача-офтальмолога»; «OPTILEANS прием детского врача офтальмолога современные методы контроля близорукости у детей», распространенную ИП (...), ненадлежащей, нарушающей требования части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

3. Выдать ИП (...) предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении.

Решение изготовлено в полном объеме 24.08.2022.

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