

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ № 06-06/48-2017

### о возбуждении дела по признакам нарушения

### законодательства Российской Федерации о рекламе

15 июня 2017 года

город Омск

Председатель Комиссии Омского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе <...>, рассмотрев материалы, свидетельствующие о признаках нарушения индивидуальным предпринимателем <...> (далее – ИП <...>) части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

#### УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Управлением Федеральной антимонопольной службы по Омской области 04.05.2017 был установлен факт распространения на рекламной конструкции, установленной на фасаде здания № 82 А по пр. Карла Маркса в г. Омске рекламы магазина товаров для здоровья и красоты «Экомедика»: « *www.ecomedika.ru* ОБЛУЧАТЕЛИ-РЕЦИРКУЛЯТОРЫ – мойки воздуха – увлажнители воздуха НИТРАТ ТЕСТЕР – дозиметры – экотестеры АППАРАТНАЯ КОСМЕТИКА – гальваника и микротоки ЛИФТИНГ – домашняя косметология МЕДИЦИНСКАЯ ТЕХНИКА ДЛЯ ДОМА – тонометры - глюкометры УЛЬТРАЗВУКОВЫЕ ОТПУГИВАТЕЛИ – отпугиватели собак – отпугиватели комаров и насекомых ИРРИГАТОРЫ – зубные пасты премиум – класса – электрические зубные щетки АЛМАГ – аппараты магнитотерапии – лазерная терапия ДАРСОНВАЛЬ – уход за кожей лица – аппараты микротоковой терапии – натуральные маски для лица АКТИВАТОРЫ ВОДЫ – бытовые дистилляторы СОЛЕВЫЕ ЛАМПЫ ИНВАЛИДНЫЕ КОЛЯСКИ - ходунки – трости ».

Указанная реклама сопровождалась изображением медицинских изделий: тонометр торговой марки OMROT, аппарат АЛМАГ-01 и др.

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.

Согласно [пункту 2](#) приведенной статьи объект рекламирования - 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.

[Пункт 3](#) данной статьи содержит определение товара, согласно которому товар - это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

При этом [частью 1 статьи 455](#) Гражданского кодекса Российской Федерации товаром по договору купли-продажи могут быть любые вещи, не изъятые из оборота.

Кроме того, в соответствии с [частью 1 статьи 467](#) Гражданского кодекса Российской Федерации установлено, что если по договору купли-продажи передаче подлежат товары в определенном соотношении по видам, моделям, размерам, цветам или иным признакам

(ассортимент), продавец обязан передать покупателю товары в ассортименте, согласованном сторонами.

Таким образом, системный анализ гражданского законодательства Российской Федерации свидетельствует о том, что объектом рекламирования может быть тот товар, предназначенный для продажи и иного введения в гражданский оборот, который можно индивидуализировать, выделить среди однородной группы товаров. Соответственно, реклама товара всегда представляет собой информацию о конкретном товаре, который можно индивидуализировать внутри группы однородных товаров.

Согласно письму ФАС России от 24.01.2011 № АК/1829 «...В случае, если в месте нахождения организации будут размещаться конструкции с изображением единиц продукции конкретных видов (с маркировкой, наименованием, товарным знаком или иным обозначениями, позволяющими индивидуализировать конкретного производителя и марку товара), такие изображения будут признаваться рекламой соответствующего товара...».

Распространенная на фасаде здания № 82 А по пр. Карла Маркса в г. Омске информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками – распространена наружным способом, в адрес неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания к магазину товаров для здоровья и красоты «Экомедика», а также к товарам, реализуемым данным хозяйствующим субъектом.

Согласно пункту 1 статьи 38 Федеральный закон от 21.11.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» **медицинскими изделиями** являются любые инструменты, аппараты, приборы, оборудование, материалы и прочие изделия, применяемые в медицинских целях отдельно или в сочетании между собой, а также вместе с другими принадлежностями, необходимыми для применения указанных изделий по назначению, включая специальное программное обеспечение, и предназначенные производителем для профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации заболеваний, мониторинга состояния организма человека, проведения медицинских исследований, восстановления, замещения, изменения анатомической структуры или физиологических функций организма, предотвращения или прерывания беременности, функциональное назначение которых не реализуется путем фармакологического, иммунологического, генетического или метаболитического воздействия на организм человека.

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, при этом предупреждению должно быть отведено не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

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

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

На запрос Омского УФАС России в магазин товаров для здоровья и красоты «ЭКОМЕДИКА» индивидуальным предпринимателем <...> были представлены следующие пояснения (вх. № 4306э от 01.06.2017): «...Указанный Вами баннер был размещен как часть вывески магазина, и по согласованию с арендодателем.

*Вывеска специально была расположена строго в периметре окна, которое принадлежит*

*арендованному нами помещению, а значит – могла быть использована для информирования покупателей об ассортименте товаров, представленных в магазине...».*

Таким образом, ИП <...> является рекламораспространителем, т.е. лицом, осуществляющим распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, следовательно, несет ответственность за размещение ненадлежащей рекламы (пункт 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20 и 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

#### **ОПРЕДЕЛИЛА:**

**1.** Возбудить производство по делу № 06-06/48-2017 по признакам нарушения части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

**2.** Признать лицом, участвующим в деле:

лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе - индивидуальный предприниматель <...> (ИНН <...>).

**3.** Назначить дело № 06-06/48-2017 к рассмотрению **на 11 июля 2017 года в 15:00 часов** по адресу: 644010, г. Омск, пр. Карла Маркса, 12 А, к. 102.

**4.** ИП <...> **в срок до 07 июля 2017 года** представить в адрес Управления:

а) письменные пояснения по вышеизложенному факту нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе с приложением документов, обосновывающих позицию ИП <...>;

б) надлежаще заверенные копии:

- свидетельств ИНН, ОГРН ИП <...>;

- правоустанавливающих документов на помещение, в котором располагается магазин товаров для здоровья и красоты «Экомедика» (свидетельство о праве собственности, договор аренды и т.п.);

- регистрационных удостоверений медицинских изделий, изображения которых содержатся в рекламе, размещенной на фасаде здания № 82 А по проспекту Карла Маркса в г. Омске (тонометр торговой марки OMRON, аппарат АЛМАГ-01 и др.).

**Одновременно предупреждаю, что непредставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных законодательством о рекламе, а равно представление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо представление недостоверных сведений (информации) влечет за собой административное наказание в виде административного штрафа в соответствии с частью 6 статьи 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.**

Явка ИП <...> для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна.

Председатель Комиссии <...>