

РЕШЕНИЕ

по делу № 06-06/42-2017

01 августа 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 № 06-06/42-2017 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения индивидуальным предпринимателем <...> (далее – ИП <...>) наружной рекламы, 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 ИП <...>,

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Управлением Федеральной антимонопольной службы по Омской области 22.05.2017 был установлен факт распространения на фасаде здания № 87 по проспекту Карла Маркса в г. Омске рекламы ОРТОСАЛОНА: «МЕД. ТЕХНИКА измерительные приборы, ингаляторы, массажеры, АЛМАГ», сопровождающейся изображением конкретных видов перечисленных изделий.

Исходя из режимной вывески, деятельность по указанному адресу осуществляет индивидуальный предприниматель <...> (ИНН <...>).

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 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 № 87 по проспекту 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 ОРТО САЛОНУ, 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 метаболического 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.

Согласно определению, данному в пункте 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Исходя из того, что ИП <...> является продавцом рекламируемых медицинских изделий, а

также лицом, определившим содержание вышеуказанной рекламы, соответственно, ИП <...> выступает в данном случае в качестве рекламодателя рассматриваемой рекламы.

В силу части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

Определением Омского УФАС России от 23 июня 2017 года в отношении ИП <...> было возбуждено дело по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе № 06-06/42-2017.

На рассмотрение дела № 06-06/42-2017, назначенного на 11 июля 2017 года в 15.30 часов, индивидуальный предприниматель <...> не явилась, каких-либо пояснений либо ходатайств в адрес Омского УФАС России не направила.

Определением Омского УФАС России от 11 июля 2017 года (далее – Определение от 11.07.2017), срок рассмотрения дела № 06-06/42-2017 был продлен, от ИП <...> повторно была запрошена информация и документы, необходимые для рассмотрения указанного дела.

В ответе от 01.08.2017 вх. № 6222 ИП <...> пояснила, что «...нарушение устранено 23.06.2017».

На заседании Комиссии Омского УФАС России 01.08.2017 ИП <...> также подтвердила, что в настоящее время вышеуказанная реклама демонтирована.

Учитывая изложенное, рассмотрев материалы дела, Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу о нарушении ИП <...> требований части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» при распространении рекламы на фасаде здания № 87 по проспекту Карла Маркса в г. Омске.

В связи с представленными ИП <...> доказательствами, подтверждающими устранение нарушения законодательства о рекламе в добровольном порядке, Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу об отсутствии необходимости в выдаче ИП <...> 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 распространенную ИП <...> 22.05.2017 на фасаде здания № 87 по проспекту Карла Маркса в г. Омске рекламу: «МЕД ТЕХНИКА измерительные приборы, ингаляторы, массажеры, АЛМАГ», ненадлежащей в части привлечения в ней внимания к конкретным медицинским изделиям, поскольку при ее распространении были нарушены требования части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ИП <...> не выдавать в связи с устранением нарушения.

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 02 августа 2017 года.

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

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии: <...>