

РЕШЕНИЕ

по делу №016/05/24-554/2019 о нарушении законодательства

Российской Федерации о рекламе

Исх. №АР-08/8225 от 05.06.2019 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан по рассмотрению дел о нарушении законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии: <...> (должностное лицо);

<...> (должностное лицо);

Члены Комиссии:

<...> (должностное лицо),

рассмотрев дело №016/05/24-554/2019 в отношении ООО «КОРД» (ОГРН 1021603476113; ИНН 1659028338; место нахождения: Республика Татарстан, г. Казань, ул. Аделя Кутуя, пом. 5) (далее ООО «Корд») по факту распространения рекламы медицинских услуг в социальной сети Instagram без указания предупреждения о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, что имеет признаки нарушения части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛА:

В ходе проведения государственного надзора в сфере рекламы Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Управление) были установлены признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы медицинских услуг в социальной сети Instagram с текстом: «Контактные линзы на линзы 272,5 рубля», без указания предупреждения о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

Согласно части 7 статьи 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. 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.

Рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

В пункте 1 статьи 3 Федерального закона от 13 марта 2006 года №38-ФЗ «О рекламе» дано понятие рекламы - это 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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона «О рекламе» объектом рекламирования является 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.

Учитывая правовой смысл и содержание приведенных понятий рекламы и объекта рекламирования, информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах, а также об изготовителе (продавце) такого товара, то есть объекту рекламирования в целом.

Согласно письменным пояснениям ООО «Корд», публикация, привязанная к аккаунту kord_optika в социальной сети Instagram, направлена на рекламирование сети салонов «КОРД». При этом при переходе по ссылке, которая присутствует в левом верхнем углу публикации, пользователи оказываются на главной странице аккаунта kord_optika, в описании которого присутствует информация о наличии противопоказаний к применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получению консультации специалиста.

Однако, в материалах дела присутствует акт осмотра и исследования сайта от 30 апреля 2019 года, согласно которому при переходе по вышеуказанной ссылке, пользователи оказываются на главной странице аккаунта kord_optika, но в описании данного аккаунта отсутствует какая-либо информация о наличии противопоказаний к применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получению консультации специалиста.

К тому же, информация, размещенная в вышеуказанной рекламе содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; распространена посредством размещения на радиостанции; преследует строго заданные цели информирования: продвижение на рынке, призвана формировать и поддерживать

интерес к услугам и товарам, предоставляемым, производимым соответствующим рекламодателем.

Понятие и перечень медицинских услуг определены Номенклатурой медицинских услуг, утвержденной Приказом Минздрава России от 13.10.2017 N 804н "Об утверждении номенклатуры медицинских услуг".

- A23.26.001 Подбор очковой коррекции зрения
- A23.26.002 Подбор контактной коррекции зрения
- A23.26.002.001 Подбор ортокератологических линз
- A23.26.001 Подбор очковой коррекции зрения
- A23.26.002 Подбор контактной коррекции зрения
- A23.26.002.001 Подбор ортокератологических линз
- A23.26.001 Подбор очковой коррекции зрения
- A23.26.002 Подбор контактной коррекции зрения

Данная реклама является рекламой медицинских услуг, а значит должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, также должна соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

В соответствии с частью 6, 7 статьи 38 Закона «О рекламе» следует, что за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 24 Закона «О рекламе» несет ответственность рекламодатель и рекламораспространитель.

Рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в частях 6 и 7 настоящей статьи, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

Рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму

В рассматриваемом случае рекламопроизводителем является ООО «КОРД» (ОГРН 1021603476113; ИНН 1659028338; место нахождения: Республика Татарстан, г. Казань, ул. Аделя Кутуя, пом. 5).

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона «О рекламе», реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В соответствии с пунктами 1 и 2 ФЗ «О рекламе», реклама – это 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.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального

закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу медицинских услуг ООО «КОРД» (ОГРН 1021603476113; ИНН 1659028338; место нахождения: Республика Татарстан, г. Казань, ул. Аделя Кутуя, пом. 5) в социальной сети Instagram с текстом: «Контактные линзы на линзы 272,5 рубля», без указания предупреждения о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, не соответствующей требованиям части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».
2. Предписание ООО «КОРД» об устранении нарушения части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ «О рекламе» не выдавать, в связи с представлением доказательств об устранении нарушения.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Татарстанского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении.

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

Председатель Комиссии <...> (должностное лицо)

Члены Комиссии <...> (должностное лицо)

<...> (должностное лицо)