

ФЕДЕРАЛЬНАЯ

АНТИМОНОПОЛЬНАЯ
СЛУЖБА

УПРАВЛЕНИЕ

**Федеральной
антимонопольной**

службы по

Кабардино-Балкарской

Республике

ул. Тарчокова, 18, г.
Нальчик, 360030

тел.(8662) 40-95-83, факс
(8662) 40-92-82

e-mail: to07@fas.gov.ru

www.kbr.fas.gov.ru

_____ №

На № _____ от

Заявители

Ответчик

Общество с ограниченной
ответственностью «Три-З»

350047, Краснодарский край, г. Краснодар, ул.
Красных партизан, д. 34, оф. 68

Резолютивная часть решения оглашена 08 июля 2021 года

Решение изготовлено в полном объеме 22 июля 2021 года

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ №007/05/24-453/2021

22 июля 2021 года г. Нальчик

Комиссия Кабардино-Балкарского УФАС России по рассмотрению дел по
признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председателя Комиссии:

заместителя руководителя Управления;

Членов Комиссии:

начальника отдела Управления;

главного-специалиста эксперта Управления,

в присутствии представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, – общества с ограниченной ответственностью «Три-3»,

в отсутствие надлежащим образом извещенных заявителей,

рассмотрев дело №007/05/24-453/2021 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе при размещении в социальной сети instagram (аккаунты: @3z.krasnodar, @3z.kavkaz) рекламных объявлений,

УСТАНОВИЛА:

В Кабардино-Балкарское УФАС России (далее – Управление) поступило заявление физического лица на действия общества с ограниченной ответственностью «Три-3».

Также в Управление, в соответствии с пунктом 7 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утверждены Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 №1922), направлены ФАС России заявления других физических лиц на действия общества с ограниченной ответственностью «Три-3».

Согласно доводам заявителей, общество с ограниченной ответственностью «Три-3» осуществляло рекламирование в социальной сети instagram (аккаунты: @3z.krasnodar, @3z.kavkaz) лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий без сопровождения предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. В целях подтверждения изложенных доводов, к заявлениям приложены скриншоты рекламных объявлений, содержащие фото и заголовок публикаций (скриншоты рекламных объявлений содержатся в материалах дела).

Управлением по результатам рассмотрения заявления в действиях общества с ограниченной ответственностью «Три-3» (далее также – общество) были установлены признаки нарушения части 7 статьи 24 Закона о рекламе, в связи с чем было возбуждено дело №007/05/24-453/2021 о нарушении законодательства о рекламе и была создана Комиссия по рассмотрению указанного дела.

Комиссия по рассмотрению дела №007/05/24-453/2021 о нарушении законодательства о рекламе (далее также – Комиссия), изучив представленные заявителями и обществом материалы, установила следующее.

Обществом осуществлялось распространение информации о предоставляемых медицинских услугах, путем размещения публикаций в социальной сети instagram, посредством созданных аккаунтов «@3z.krasnodar», «@3z.kavkaz». Принадлежность данных аккаунтов обществу представителем общества не отрицалось.

Так, обществом посредством аккаунта «@3z.kavkaz» на территории республик Северо-Кавказского федерального округа (кроме Ставрополя) были осуществлены следующие публикации (для идентификации публикаций приведены

их заголовки/часть заголовка):

- «После 18-ти уже можно»;
- «Коррекция зрения в 3Z. Лазерная коррекция современными технологиями за 24 секунды»;
- «Лечение катаракты по мировым технологиям в 3Z. Более 35 видов импортных хрусталиков»;
- «Почему мы рекомендуем сделать коррекцию до 45-ти лет!»;
- «Возможна ли коррекция зрения при вакцинации от CoVID-19?»;
- «Как сделать коррекцию зрения на 13% дешевле?»;
- «О сроках восстановления после лазерной коррекции зрения поговорили с глазу на глаз...»;
- «Сохраняйте обязательные «ритуалы» для здоровья глаз»;
- «Больше 100% с точки зрения математики быть не может, не так ли?».

Посредством аккаунта «@3z.krasnodar» на территории Краснодарского края и Республики Адыгея были осуществлены следующие публикации:

- «Почему мы рекомендуем сделать коррекцию до 45-ти лет!»;
- «Возможна ли коррекция зрения при вакцинации от CoVID-19?»;
- «Как сделать коррекцию зрения на 13% дешевле?»;
- «Больше 100% с точки зрения математики быть не может, не так ли?».
- «О сроках восстановления после лазерной коррекции зрения поговорили с глазу на глаз...»;
- «После 18-ти уже можно»;
- «Сохраняйте обязательные «ритуалы» для здоровья глаз»;
- «Коррекция зрения в 3Z. Лазерная коррекция современными технологиями за 24 секунды»;
- «Лечение катаракты по мировым технологиям в 3Z. Более 35 видов импортных хрусталиков»;
- «Теперь вы можете повлиять на замедление прогрессирования близорукости у ваших детей. Запишите своего ребенка на диагностику зрения уже сегодня».

Согласно доводам общества, отраженным в его письме от 16.04.2021 г. №45/04 и озвученным представителем в ходе заседания по рассмотрению дела о нарушении законодательства о рекламе, структура любой публикации в социальной сети instagram состоит из нескольких элементов: фото/видео, заголовков публикации и текст публикации. Данные элементы неотделимы друг от

друга. Поэтому размещение рекламы допускается как на фото/видео к публикации, так и в ее тексте. В дополнение к заявленному, представлены скриншоты рекламных объявлений в развернутом виде, т.е. в виде, в котором отражен текст рекламного объявления.

Из текстов рекламных объявлений, являющихся предметом рассмотрения возбужденного дела, видно, что они содержат указания о наличии противопоказаний и о необходимости получения консультаций специалистов.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) реклама - 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.

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.

Как установлено пунктом 4 статьи 2 Федерального закона от 21.11.2011 №323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» медицинская услуга - медицинское вмешательство или комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение.

Специальные требования к рекламе лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, методов народной медицины установлены статьей 24 Закон о рекламе.

В соответствии с частью 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.

Указанная 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.

Таким образом, реклама медицинских услуг, должна в каждом случае содержать предупреждение, предусмотренное частью 7 статьи 24 Закона о рекламе.

В рекламе лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий, 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).

Информация должна быть четко и ясно доведена до потребителей рекламы для адекватного восприятия.

При анализе информации на предмет наличия в ней признаков рекламы необходимо учитывать, что размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в названных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака).

В этом случае данная информация должна быть исследована на предмет соответствия требованиям, предъявляемым Законом о рекламе к рекламе, в том числе установленным главой 3 Закона о рекламе в отношении отдельных видов товаров.

Из совокупного анализа вышеуказанных норм, Комиссия Управления приходит к выводу, о необходимости оценки той части публикации, размещенной в сети instagram, на соответствие части 7 статьи 24 Закона о рекламе, которая уже содержит рекламу, т.е. направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В частности, нижеприведенная публикация, которая размещена в социальной сети instagram аккаунтами «@3z.krasnodar», «@3z.kavkaz», имеет следующий заголовок:

«Коррекция зрения в 3Z. Лазерная коррекция современными технологиями за 24 секунды!»

К публикации прикреплен баннер, включающий изображение мужчины в анфас, поделенный пополам вертикальной линией, слева от линии часть лица мужчины без очков, справа в очках (цель изображения показать изменения после лазерной коррекции). Под изображением размещен текст, изложенный в следующем порядке:

«Год будет ярким!»

Главное рассмотреть

*Коррекция зрения за 24 секунды**

3Z Профессиональная офтальмология»

**Средняя продолжительность лазерной манипуляции на одном глазу. Точное время определяется для каждого пациента индивидуально.*

ООО «Три-З» лицензия №ЛО-25-01-055321 от 17.02.2020 г., ОГРН 1032304158193

Составные части, выступающие на первый план рассмотренной публикации, – заголовок и баннер – в совокупности обладают признаками рекламы: имеют объект рекламирования, адресованы неопределенному кругу лиц, направлены на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Сам переход к тексту публикации, который изначально скрыт за заголовком и баннером публикации, свидетельствует о выполнении первичной информацией своей задачи как рекламы – привлечение внимания к объекту рекламирования, т.е. к коррекции зрения путем использования услуг общества. Учитывая, что данная информация является рекламой, она должна соответствовать требованиям предъявляемым к рекламе отдельных видов товаров (услуг), в том числе, установленным статьей 24 Закона о рекламе.

Однако, данная реклама не сопровождается предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости получения консультации специалистов.

Аналогичная ситуация обстоит с нижеописанными публикациями, которые также не сопровождаются предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости получения консультации специалистов, также размещены в социальной сети instagram аккаунтами «@3z.krasnodar», «@3z.kavkaz».

Публикация размещена в социальной сети instagram аккаунтами «@3z.krasnodar», «@3z.kavkaz» и имеет следующий заголовок:

«Лечение катаракты по мировым технологиям в 3Z. Более 35 видов импортных хрусталиков»

К публикации прикреплен баннер, включающий изображение земного шара, на котором отмечен указатель, на котором изображен товарный знак «3Z». Под изображением размещен текст, изложенный в следующем порядке:

«Лечение катаракты по мировым технологиям

Более 35 видов импортных хрусталиков

3Z Профессиональная офтальмология

ООО «Три-З» лицензия №ЛО-25-01-055321 от 17.02.2020 г., ОГРН 1032304158193»

Публикация в социальной сети instagram (@3z.krasnodar).

Заголовок публикаций:

«Теперь вы можете повлиять на замедление прогрессирования близорукости у ваших детей. Запишите своего ребенка на диагностику зрения уже сегодня»

К публикациям прикреплены баннеры, включающие изображение детей дошкольного и школьного возраста. Под изображением размещен текст, изложенный в следующем порядке:

«Яркое будущее

3Z Оптика»

Таким образом, Комиссия приходит к выводу о несоответствии законодательству о рекламе реклам общества с заголовками: *«Коррекция зрения в 3Z. Лазерная коррекция современными технологиями за 24 секунды», «Лечение катаракты по мировым технологиям в 3Z. Более 35 видов импортных хрусталиков», «Теперь вы можете повлиять на замедление прогрессирования близорукости у ваших детей. Запишите своего ребенка на диагностику зрения уже сегодня».*

Касательно остальных публикаций общества, которые отражены в заявлениях (скриншоты содержатся в материалах дела), Комиссия Управления отмечает, что они носят справочно-информационный характер, и в соответствии с пунктом 3 части 2 статьи 2 Закона о рекламе, на них законодательство о рекламе не распространяется. В указанных публикациях раскрываются советы по сохранению здоровья глаз, о возможности получения налогового вычета с суммы средств, потраченных на лечение, о возможности коррекции зрения в период прохождения вакцинации от короновирусной инфекции (CoVID-19), о возрасте, в котором рекомендуется осуществлять коррекцию зрения.

В соответствии с пунктом 49 Правил при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В ходе рассмотрения дела Комиссией установлено, что рекламное объявление с заголовком *«Теперь вы можете повлиять на замедление прогрессирования близорукости у ваших детей. Запишите своего ребенка на диагностику зрения уже сегодня»* ранее удалено из аккаунта @3z.krasnodar.

На основании изложенного, руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42 - 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащими следующие рекламные объявления с заголовками:

- *«Коррекция зрения в 3Z. Лазерная коррекция современными технологиями за 24 секунды»,*

- «Лечение катаракты по мировым технологиям в 3Z. Более 35 видов импортных хрусталиков»,

- «Теперь вы можете повлиять на замедление прогрессирования близорукости у ваших детей. Запишите своего ребенка на диагностику зрения уже сегодня»,

поскольку в них нарушены требования части 7 статьи 24 Закона о рекламе.

2. Выдать обществу с ограниченной ответственностью «Три-3» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления ФАС России по КБР для возбуждения дел об административном правонарушении, ответственность за которые предусмотрены частью 5 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 22 июля 2021 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

Члены Комиссии