

ООО «Диоптрика»

РЕШЕНИЕ

ПО ДЕЛУ № 025/05/24-951/2022

12 января 2023 года г. Владивосток

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Приморскому краю (далее - Приморское УФАС России) по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии: <...> – заместитель руководителя управления - начальник отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

Члены Комиссии: <...> - ведущий специалист-эксперт отдела контроля торгов, <...> – специалист 1 разряда отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции, рассмотрев 12.01.2023 материалы дела № 025/05/24-951/2022, возбужденного по факту распространения информации с признаками нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»),

УСТАНОВИЛА:

08.08.2022 в Приморское УФАС России поступило заявление <...> (вх. № 5374) на рекламу медицинских услуг по диагностики зрения «Диоптрика», распространяемую в г. Владивостоке с признаками нарушения ФЗ «О рекламе».

Как указано в заявлении, в городе Владивостоке (Океанский пр-т, д. 24)

размещена наружная реклама:

*«Очки линзы аксессуары для глаз бесплатная диагностика зрения».*

Однако в рекламной информации по оказанию медицинских услуг по проверке зрения предупреждения о наличии противопоказаний или консультации со специалистом отсутствует.

Вышеуказанная рекламная информация была зафиксирована путём фотографирования заявителем от 27.07.2022.

Деятельность в салоне «Диоптрика» осуществляет ООО «Диоптрика».

В соответствии с частью 1 статьи 33 ФЗ «О рекламе», антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий федеральный государственный контроль (надзор) за соблюдением законодательства Российской Федерации в сфере рекламы, возбуждает и рассматривает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе», под рекламой понимается 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.

Из пункта 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» следует, что 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.

В соответствии с частью 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе», реклама 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 другими способами, - не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства). Требования указанной 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.

Частью 28 Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения Арбитражными судами ФЗ «О рекламе», рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые ФЗ «О рекламе» к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

В связи с вышеизложенным, рекламодатель и/или рекламодатель-распространитель обязан внести в рекламу предупреждающую надпись о наличии противопоказаний к применению и использованию оптики и о необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалиста.

Размещенная рекламная информация направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к продавцу услуги и способствует поддержанию интереса к указанному объекту рекламирования и продвижению услуги на рынке.

Таким образом, в рассматриваемой рекламной информации содержатся признаки нарушения части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе».

Определением (исх. от 12.10.2022 № 7329/22) Приморским УФАС России возбуждено дело № 025/05/24-951/2022 в отношении ООО «Диоптрика» по признакам нарушения требований ФЗ «О рекламе».

Вышеуказанное определение было вручено ООО «Диоптрика» 19.10.2022 (почтовый идентификатор № 80080677505219).

10.11.2022 на заседании Комиссии стороны по делу не явились.

В Приморское УФАС России поступило ходатайство (вх. № 7468-ЭП/22 от 26.10.2022) от управляющей салоном оптики Диоптрика, <...> о переносе даты заседания в связи с отсутствием в городе в период с 08.11.2022 по 20.11.2022.

Комиссией установлено, что в материалах дела представлены письменные пояснения ООО «Диоптрика» (вх. 8021/22 от 09.11.2022) из

которых следует, что реклама ООО «Диоптрика» не является статичными изображениями на рекламной плоскости, прокат рекламы осуществлен в виде видеоролика, транслируемого в ротации. При этом, видеореклама Общества содержит предусмотренное частью 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе» предупреждение. Общество ссылается на разъяснение, изложенные в пункте 22 Постановления Пленума ВАС РФ от 08 октября 2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения Арбитражными судами Федерального закона «О рекламе»», а именно, согласно части 7 статьи 24 Закона о рекламе, реклама лекарственных средств и медицинских услуг должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению. Понятие и перечень медицинских услуг определены Номенклатурой медицинских услуг, утвержденной приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 27.12.2011 № 1664н. Пункт 10 статьи 2 Федерального закона «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» раскрывает содержание понятия «медицинская деятельность». Из взаимосвязанного толкования указанных норм следует, что понятие «медицинская деятельность» шире, чем понятие «медицинская услуга». В связи с этим судам необходимо учитывать, что правила, установленные частью 7 статьи 24 Закона о рекламе, не распространяются на рекламу медицинской деятельности, не связанной с оказанием медицинских услуг и лекарственными средствами.

В соответствии с Приказом Минздрава России от 13.10.2017 N 804н (ред. от 24.09.2020) «Об утверждении номенклатуры медицинских услуг», в части

II. Номенклатуры медицинских услуг в пункте В03.029.001 указан комплекс исследований для диагностики нарушения зрения, что соответствует понятию метода диагностики.

Однако в своих пояснениях ООО «Диоптрика» ссылается на то, что распространяемая ими рекламная информация не содержит методов диагностики, при этом рекламное видеоизображение содержит предупреждение, предусмотренное частью 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе».

Комиссия, с учетом представленных пояснений решила отложить рассмотрение дела в связи с необходимостью получения документов и информации от сторон для полного и всестороннего рассмотрения настоящего дела.

20.12.2022 на заседании Комиссии присутствовал представитель по доверенности <...>, <...>, предъявлен паспорт, доверенность.

Представитель по доверенности, <...> поддержал ранее

представленные доводы по заявлению.

Комиссия, с учетом представленных пояснений решила отложить рассмотрение дела в связи с необходимостью получения документов (видеоролик) и информации от ООО «Диоптрика» для полного и всестороннего рассмотрения настоящего дела.

12.01.2023 на заседание Комиссии стороны по делу не явились.

ООО «Диоптрика» не представила запрашиваемый Комиссией видеоролик.

Изучив документы, имеющиеся в материалах дела, Комиссия пришла к выводу, что рассматриваемая информация является рекламой и распространялась с нарушением требований части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе».

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 2, 13, 24, 25 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. Признать ненадлежащей рекламную информацию салона оптики «Диоптрика» «*Очки линзы аксессуары для глаз бесплатная диагностика зрения*», поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе».
2. Выдать обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения требований части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе».
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Приморского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, ответственность за которое предусмотрена частью 5 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 26.01.2023.

Решение, предписание антимонопольного органа могут быть оспорены

в суде или арбитражном суде в течение трех месяцев со дня вынесения решения, выдачи предписания

Председатель Комиссии

Члены Комиссии

2023-543