РЕШЕНИЕ

по делу № 055/05/24-1205/2021

22 декабря 2021 года
город Омск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее - Омское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее также – Комиссия) в составе:

председатель Комиссии – (…)

члены Комиссии: (...)

рассмотрев дело № 055/05/24-1205/2021 по признакам нарушения обществом с ограниченной ответственностью «Народная оптика», адрес: 644010, г. Омск, ул. Маяковского, д. 15, офис 2-8, литер а, ИНН 5504140743, ОГРН 1165543072584 (далее – ООО «Народная оптика», Общество) части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в отсутствие законного представителя Общества, извещенного надлежащим образом (ходатайство вх. № 12440 от 22.12.2021),

УСТАНОВИЛА:

В рамках осуществления государственного контроля (надзора) за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе специалистом Омского УФАС России 22.11.2021 зафиксирован факт размещения по адресу: г. Омск, ул. Химиков, д. 4 информации следующего содержания: *«Компьютерная проверка зрения врач оправы от 300 р.»* с признаками нарушения требований Федерального закона «О рекламе».

Согласно информации на режимной вывеске деятельность в салоне оптики осуществляет ООО «Народная оптика».

Определением от 02.12.2021 в отношении ООО «Народная оптика» возбуждено дело № 055/05/24-1205/2021 по признакам нарушения части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

На заседании Комиссии установлено следующее.

Факт размещения информации по адресу установлен и зафиксирован, о чем свидетельствует справка о проведении мониторинга наружной рекламы от 22.11.2021.

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 статьи 3 Федерального 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.

Под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (пункт 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками – распространена наружным способом в адрес неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания к деятельности оптики, в том числе оказанию услуг: проверки зрения, приему врача (офтальмолога).

Федеральным законом от 21.11.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» установлено понятие медицинской услуги - это медицинское вмешательство или комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение.

Приказом Минздрава России от 13.10.2017 № 804н «Об утверждении номенклатуры медицинских услуг» утверждена Номенклатура медицинских услуг, представляющая собой систематизированный перечень кодов и наименований медицинских услуг в здравоохранении, согласно которой рекламируемые услуги «проверка зрения», «прием врача» относятся к следующим типам медицинских услуг:

- комплекс исследований для диагностики нарушения зрения (B03.029.001);

- прием (осмотр, консультация) врача-офтальмолога первичный (B01.029.001).

Постановлением Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» установлено, что *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. Оценка рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными познаниями.*

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 (часть 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе»).

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 (письмо ФАС России от 22.06.2020 № ДФ/52241/20).

На момент фиксации распространяемой рекламы информация, предусмотренная частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», отсутствовала.

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

Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (пункт 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Исходя из определений, данных в пунктах 5 и 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», ООО «Народная оптика» является рекламодателем и рекламораспространителем.

Рекламодатель и рекламораспространитель несут ответственность за нарушение требований части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» (статья 38 Федерального закона «О рекламе»).

Рассмотрев материалы дела, Комиссия пришла к выводу о нарушении ООО «Народная

оптика» требований части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» при распространении наружной рекламы медицинских услуг.

В силу пункта 1 части 2 статьи 33 Федерального закона «О рекламе» антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

ООО «Народная оптика» представлены пояснения и фотоснимок (вх. № 12440 от 22.12.2021), свидетельствующие о том, что в настоящее время реклама не распространяется.

Руководствуясь статьями 33, 36 Федерального закона «О рекламе», в соответствии с пунктами 42-55 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 рекламу «Компьютерная проверка зрения врач оправы от 300 р.» распространенную ООО «Народная оптика» (ИНН 5504140743, ОГРН 1165543072584) по адресу: г. Омск, ул. Химиков, д. 4, ненадлежащей, нарушающей требования части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ООО «Народная оптика» не выдавать.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении.

Решение изготовлено в полном объеме 23.12.2021.

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