

## РЕШЕНИЕ

по делу № 06-06/81-2017

31 октября 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 № 06-06/81-2017 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 отсутствие ИП <...> (ходатайство от 30.10.2017 вх. № 8694),

в отсутствие ООО «МАГАЗИН № 18 «СОВРЕМЕННОСТЬ», извещенного надлежащим образом,

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе 08.09.2017 Управлением Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее - Омское УФАС России) был установлен факт распространения на рекламной конструкции, расположенной на фасаде здания № 32 по ул. Серова в г. Омске, рекламы следующего содержания: «ОПТИКА АЛЬЯНС СКИДКА НА ОПРАВУ 20% подробности уточняйте у консультантов ПРИ ВЫБОРЕ ФРАНЦУЗСКИХ ЛИНЗ Crizal Подбор очков бесплатно Пенсионерам скидки Crizal Четкое зрение АЛЬЯНС оптика групп».

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 № 32 по ул. Серова 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 ОПТИКЕ «АЛЬЯНС» и реализуемой ей продукции - линзам Crizal.

Согласно приказу Министерства здравоохранения Российской Федерации от 06.06.2012 № 4н «Об утверждении номенклатурной классификации медицинских изделий» очки (код 11.10 линзы очковые и сопутствующие изделия), контактные линзы (код 11.9 линзы контактные и сопутствующие изделия) относятся к виду офтальмологических медицинских изделий № 11.

В соответствии с частью 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «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.

На момент выявления факта распространения вышеуказанной рекламы, 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 режимной вывеске, деятельность в помещении, расположенном по адресу: г. Омск, ул. Серова, 32, осуществляет ООО «МАГАЗИН № 18 «СОВРЕМЕННО».

На запрос Омского УФАС России ООО «МАГАЗИН № 18 «СОВРЕМЕННО» пояснило (вх. № 7592 от 20.09.2017): «...рекламная конструкция на фасаде здания по ул. Серова 32 следующего содержания: «ОПТИКА АЛЬЯНС СКИДКА НА ОПРАВУ 20 % подробности уточняйте у консультантов ПРИ ВЫБОРЕ ФРАНЦУЗКИХ ЛИНЗ Crizal подбор очков бесплатно пенсионерам

*скидки Crizal четкое зрение АЛЬЯНС оптика групп». Была установлена ИП <...> без согласования в отделе имущественных отношений. ООО Магазин № 18 «Современник» за размещение рекламных конструкций на фасаде здания ответственности не несет ...».*

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».

В ответе от 30.10.2017 вх. № 8695 ИП <...> пояснил, что в настоящее время указанная реклама исправлена в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации о рекламе.

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 № 32 по ул. Серова 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 <...> 08.09.2017 на фасаде здания № 32 по ул. Серова в г. Омске рекламу: *«ОПТИКА АЛЬЯНС СКИДКА НА ОПРАВУ 20% подробности уточняйте у консультантов ПРИ ВЫБОРЕ ФРАНЦУЗСКИХ ЛИНЗ Crizal Подбор очков бесплатно Пенсионерам скидки Crizal Четкое зрение АЛЬЯНС оптика групп»*, 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 31 октября 2017 года.

Решение может быть обжаловано в Арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей

198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии: <...>