

## РЕШЕНИЕ

по делу № 055/05/24-1000/2022

22 декабря 2022 года

город Омск

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

председатель Комиссии – (...),

члены Комиссии: (...)

рассмотрев дело № 055/05/24-1000/2022 по факту нарушения индивидуальным предпринимателем (...) требований части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в присутствии ИП (...)

### УСТАНОВИЛА:

В результате проведения мероприятий по контролю за соблюдением обязательных требований законодательства Российской Федерации о рекламе 19.09.2022 и 27.09.2022 Омским УФАС России зафиксирован факт размещения рекламы:

- «ОПТИКА проверка зрения БЕСПЛАТНО при заказе очков изготовление очков за ремонт очков» (штендер около дома № 2 по ул. Дианова в г. Омске);

- «Оптика оранжевая подбор очков изготовление за 1 час», «ремонт очков» (на фасаде дома № 105 по ул. 10 лет Октября в г. Омске).

По определению, данному статьей 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;

объект рекламирования - это 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;

товар - это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Вышеуказанная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками – распространена наружным способом в адрес неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания к оптике «Оранжевая» и оказываемых в ней услугах: подбору, ремонту, изготовлению очков.

При этом указанная реклама была распространена с нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе.

В соответствии с информацией на режимных вывесках деятельность в салонах оптики «Оранжевая», расположенных по улице 10 лет Октября, д. 105 и ул. Дианова, д. 2, осуществляет ИП (...)

Определением от 25.11.2022 в отношении ИП (...) возбуждено дело по признакам нарушения части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», заседание Комиссии назначено на 22.12.2022 в 15:00 часов.

В ответ на определение о возбуждении дела ИП (...) представлены письменные пояснения и документы (вх. 12563/22 от 15.12.2022).

На заседании Комиссии ИП (...) пояснил, что в настоящее время штендер по улице Дианова демонтирован, что подтверждается представленными фотоснимками, в салонах оптики «Оранжевая» ведет прием оптометрист, который предоставляет услуги по подбору очков для коррекции зрения.

Рассмотрев материалы дела, заслушав пояснения ИП (...), Комиссия пришла к следующим выводам.

Факт размещения рекламы ИП (...) не оспаривается.

Ненадлежащая реклама распространялась посредством штендера и рекламной конструкции.

Исходя из пояснений ИП (...), штендер был размещен ИП (...) самостоятельно, без согласования с какими-либо контролирующими органами, в свою очередь, реклама на фасаде дома № 105 по ул. 10 лет Октября распространялась посредством рекламной конструкции № 299-19 рм (разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции выдано 05.11.2019 ИП (...) сроком на 10 лет).

Федеральным законом от 21.11.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» дано понятие медицинская услуга - 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 (далее – Номенклатура).

Согласно положениям Номенклатуры перечень медицинских услуг разделен на два раздела «А» и «В»:

- раздел «А» включает медицинские услуги, представляющие собой определенные виды медицинских вмешательств, направленные на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющие самостоятельное законченное значение;

- раздел «В» включает медицинские услуги, представляющие собой комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение;

значение.

В соответствии с Номенклатурой рекламируемые услуги «подбор очков», «проверка зрения» относятся к медицинским:

- подбор очковой коррекции зрения (A23.26.001);
- комплекс исследований для диагностики нарушения зрения (B03.029.001).

В силу части 7 статьи 24 Федерального 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.

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

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

Рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (пункт 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

Исходя из определений, данных в пунктах 5 и 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», с учетом материалов дела ИП (...) является и рекламодателем, и рекламораспространителем.

За нарушение части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» ответственность несет и рекламодатель, и рекламораспространитель.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия пришла к выводу о нарушении ИП (...) требований части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» при распространении наружной рекламы.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы, в целях обеспечения реализации права потребителя на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства о рекламе.

В силу пункта 1 части 2 статьи 33 Федерального закона «О рекламе» антимонопольный

орган вправе выдавать рекламодаателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На момент вынесения решения материалы дела не содержат доказательств об устранении ИП (...) нарушений законодательства Российской Федерации о рекламе в части распространения рекламы на фасаде дома № 105 по ул. 10 лет Октября.

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 ИП (...), распространенную:

- по адресу: г. Омск, ул. Дианова, д. 2, в части «...проверка зрения...»;

- по адресу ул. 10 лет Октября, д. 105, в части «...подбор очков...» ненадлежащей, нарушающей требования части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ИП (...) предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

Решение изготовлено в полном объеме 23.12.2022.

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