

РЕШЕНИЕ

по делу № 055/05/24-360/2021

27 апреля 2021 года

город Омск

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

председатель Комиссии – (...)

члены Комиссии: (...)

рассмотрев дело № 055/05/24-360/2021, возбужденное в отношении индивидуального предпринимателя (...) по признакам нарушения части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в отсутствие ИП (...), извещенного надлежащим образом,

в присутствии посредством видеоконференцсвязи представителя ИП (...) –(...) по доверенности от 16.09.2020 № 55 А А 2413471

УСТАНОВИЛА:

В результате осуществления государственного контроля за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе специалистом Омского УФАС России 19.02.2021 был выявлен факт размещения на фасаде дома № 12 по ул. Степанца в г. Омске информации следующего содержания: «Оптика Вижу-вижу очки контактные линзы врач-офтальмолог детский прием компьютерная диагностика ремонт очков vizhu_vizhu.omsk 988-386».

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

В силу пункта 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, направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к салону оптики «Вижу вижу», а также рекламируемым медицинским услугам.

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 относятся к следующим типам медицинских услуг:

- прием (осмотр, консультация) врача-офтальмолога первичный (B01.029.001) и т.п.;
- комплекс исследований для диагностики нарушения зрения (B03.029.001);
- ремонт очков (A23.26.009).

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 факта распространения рекламы информация, предусмотренная частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», отсутствовала.

Ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации (пункт 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

Установлено, что деятельность в салоне оптики «Вижу вижу» осуществляет ИП (...)

ИП (...) представлены пояснения от 29.03.2021: *«информация предупреждающего характера (имеются противопоказания, требуется консультация специалиста) на баннере присутствовало периода совершения акта вандализма на данном баннере...».*

Определением от 08.04.2021 в отношении ИП (...) возбуждено дело по признакам нарушения части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

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

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

Исходя из материалов дела, ИП (...) будет являться и рекламодателем, и рекламораспространителем.

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

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.

Учитывая представленные в процессе рассмотрения дела доказательства, свидетельствующие о том, что в настоящее время реклама дополнена информацией, предусмотренной частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», Комиссией Омского УФАС России принято решение об отсутствии необходимости в выдаче предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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 *«Оптика Вижу-вижу очки контактные линзы врач-офтальмолог детский прием компьютерная диагностика ремонт очков vizhu_vizhu.omsk 988-386»*, распространенную ИП (...), ненадлежащей, нарушающей требования части 7 статьи 24

Федерального закона «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ИП (...) не выдавать.

3. Передать материалы дела должностному лицу Омского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении.

Решение изготовлено в полном объеме 28.04.2021.

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