

**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ  
ПО РЕСПУБЛИКЕ КОМИ**

**Р**

**Е**

18 февраля 2011 года  
(изготовление решения в  
полном объеме)  
15 февраля 2011 года  
(оглашение резолютивной части)

№ 03-01/894

г. Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в составе <...>, рассмотрев материалы дела № Р 01-01/11, возбужденного в отношении ООО «Оптика-Люкс» по факту распространения реклам следующего содержания: «САЛОНЫ ОПТИКА Люкс Ленина, 33 К.Маркса, 197 Бумажников, 55 ЭТО: ПРАВО ВЫБОРА – ОЧКИ ИЛИ КОНТАКТНЫЕ ЛИНЗЫ БЕСПЛАТНАЯ КОНСУЛЬТАЦИЯ ОФТАЛЬМОЛОГА\* БЫСТРО: ОЧКИ за ЧАС ВЫГОДНО: СКИДКИ до 10% \*- при заказе очков или покупке контактных линз», размещенной в оконных проемах фасада здания, расположенного по адресу: Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Ленина, д. 33, в котором находится салон «Оптика-Люкс», со стороны ул. Ленина и со стороны ул. Орджоникидзе, и «САЛОН ОПТИКА ЛЮКС ЭТО ПРАВО ВЫБОРА – ОЧКИ ИЛИ КОНТАКТНЫЕ ЛИНЗЫ УДОБНО: ПРИЕМ ОКУЛИСТА БЫСТРО: ОЧКИ ЗА СУТКИ ВЫГОДНО: СКИДКИ от 3 до 10% А ТАКЖЕ – СОЛНЦЕЗАЩИТНЫЕ ОЧКИ – ОЧКИ «ЛАЗЕР-ВИЖН» – СРЕДСТВА УХОДА ЗА КОНТАКТНЫМИ ЛИНЗАМИ – ПРИНАДЛЕЖНОСТИ ДЛЯ ОЧКОВ т. 24-62-38 ДЕЙСТВУЕТ СИСТЕМА ДИСКОНТНЫХ КАРТ», размещенной на выносном штендере, расположенном на тротуаре слева от входа в салон «Оптика-Люкс» по вышеуказанному адресу, с признаками нарушения требований ч. 7 ст. 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе),

в присутствии представителя ООО «Оптика-Люкс» в лице <...>, действующего на основании Протокола № 1 Общего собрания учредителей Общества с ограниченной ответственностью «Оптика-Люкс» от 25.03.2009,

**УСТАНОВИЛА:**

Коми УФАС России в ходе осуществления государственного контроля за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе 03.11.2010 выявлено распространение реклам, размещенных в оконных проемах фасада здания, расположенного по адресу: Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Ленина, д. 33, в котором находится салон «Оптика-Люкс», со стороны ул. Ленина и со стороны ул. Орджоникидзе следующего содержания: «САЛОНЫ ОПТИКА Люкс Ленина, 33 К.Маркса, 197 Бумажников, 55 ЭТО: ПРАВО ВЫБОРА – ОЧКИ ИЛИ КОНТАКТНЫЕ ЛИНЗЫ БЕСПЛАТНАЯ КОНСУЛЬТАЦИЯ ОФТАЛЬМОЛОГА\* БЫСТРО: ОЧКИ за ЧАС ВЫГОДНО: СКИДКИ до 10% \*- при заказе очков или покупке контактных линз», и на выносном штендере, расположенном на тротуаре слева от входа в салон «Оптика-Люкс» по вышеуказанному адресу, следующего содержания: «САЛОН ОПТИКА ЛЮКС ЭТО ПРАВО ВЫБОРА – ОЧКИ ИЛИ КОНТАКТНЫЕ ЛИНЗЫ УДОБНО: ПРИЕМ ОКУЛИСТА БЫСТРО: ОЧКИ ЗА СУТКИ ВЫГОДНО: СКИДКИ от 3 до 10% А ТАКЖЕ - СОЛНЦЕЗАЩИТНЫЕ ОЧКИ – ОЧКИ «ЛАЗЕР-ВИЖН» - СРЕДСТВА УХОДА ЗА КОНТАКТНЫМИ ЛИНЗАМИ – ПРИНАДЛЕЖНОСТИ ДЛЯ ОЧКОВ т. 24-62-38 ДЕЙСТВУЕТ СИСТЕМА ДИСКОНТНЫХ КАРТ» (далее - рассматриваемые рекламы).

В соответствии с положениями п. 1 ст. 3 Закона о рекламе, рекламой признается 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 и поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Вышеуказанная информация содержит все правовые признаки рекламы:

- распространена с использованием выносного штендера и путем размещения рекламной информации в оконных проемах здания по адресу: Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Ленина, д. 33;

- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – салонам «Оптика-Люкс», формирование и поддержание интереса к ним и оказываемым ими услугам по продаже очков и контактных линз, консультации офтальмолога (приему окулиста) и их продвижение на рынке.

Таким образом, информация, размещенная с использованием выносного штендера и путем размещения в оконных проемах здания по адресу: Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Ленина, д. 33, является рекламой.

Согласно ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе реклама лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, медицинской техники 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).

Согласно ч. 4 ст. 2 Закона о рекламе специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

Рассматриваемые рекламы не является явно не относящимися к рекламе медицинских услуг и медицинской техники, следовательно, на них распространяются требования ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

Общероссийским классификатором продукции ОК 005-93, утвержденным Постановлением Госстандарта РФ от 30.12.1993 № 301 (в редакции от 15.12.2009, с изменениями от 24.05.2010) **очки** отнесены к **медицинской технике** с присвоением им кода 94 4260.

Общероссийским классификатором продукции ОК 005-93 **линзы для коррекции зрения** отнесены к **медицинской технике** с присвоением им кода 94 8000 и подразделением на:

- **линзы для коррекции зрения контактные мягкие**, код 94 8870,
- **линзы для коррекции зрения контактные жесткие**, код 94 8880.

Контактная коррекция зрения – это применение контактных линз. Контактная линза – прозрачная пленка или пластинка, изготовленная из различных полимеров, которая надевается непосредственно на роговицу. Классификация контактных линз – жесткие и мягкие. Контактные линзы подбирает офтальмолог, который также рекомендует режим ношения контактных линз. Тип и параметры контактных линз зависят от рефракции, преломляющей силы роговицы, остроты зрения с очковой коррекцией, а также от стиля жизни и профессиональной деятельности пациента. При подборе контактных линз оценивается положение и подвижность линзы на роговице, острота зрения с ними; пациента обучают обращению и уходу за контактными линзами (учебное пособие «Клинические лекции по офтальмологии» под редакцией С.Н. Басинского, Е.А. Егорова, издательская группа ГЭОТАР-Мед, Москва, 2007 год).

Приказом Минобрнауки РФ от 10.11.2009 N 573 «Об утверждении и введении в действие федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 060606 Медицинская оптика» установлены требования, обязательные при реализации основных профессиональных образовательных программ по специальности 060606 Медицинская оптика всеми образовательными учреждениями профессионального образования на территории Российской Федерации, имеющими право на реализацию основной профессиональной образовательной программы по данной специальности, имеющими государственную аккредитацию. В соответствии с указанным образовательным стандартом одним из требований к знаниям, умениям и практическому опыту обучающихся является **знание показаний и противопоказаний к назначению контактных линз** и основные осложнения при ношении контактных линз.

Противопоказания к ношению контактных линз могут быть сугубо индивидуальными, но есть перечень некоторых глазных заболеваний, при которых линзы противопоказаны полностью или временно:

- хроническая аллергия глаз;
- пониженная чувствительность роговицы;

- острое воспаление переднего сегмента;
- инфекционные заболевания глаз;
- птоз – опущение верхнего века;
- кератит – воспаление роговицы;
- блефарит – воспаление краев век;
- конъюнктивит – воспаление конъюнктивы;
- нарушение состава слезной жидкости;
- непроходимость слезных путей;
- дакриоцистит – воспаление слезного мешка;
- ксерофтальмия – сухость конъюнктивы и роговицы (справочный ресурс о глазах, очках, контактных линзах [www.proglaza.com](http://www.proglaza.com)).

**Из вышеизложенного следует, что контактная коррекция зрения имеет противопоказания.**

Перечень медицинских услуг утвержден приказом Министерства здравоохранения Российской Федерации от 10.04.2001 № 113 «О введении в действие отраслевого классификатора «Простые медицинские услуги» и приказом Министерства здравоохранения Российской Федерации от 16.07.2001 № 268 «О введении в действие отраслевого классификатора «Сложные и комплексные медицинские услуги» (далее - Приказ № 268).

Приказом № 113 предусмотрено, что медицинская услуга - мероприятия или комплекс мероприятий, направленных на профилактику заболеваний, их диагностику и лечение, имеющих самостоятельное законченное значение и определенную стоимость. Простая медицинская услуга - далее неделимая услуга, выполняемая по формуле «пациент» + «специалист» = «один элемент профилактики, диагностики или лечения».

Приказом № 268 установлено, что к сложной медицинской услуге относится набор простых медицинских услуг, которые требуют для своей реализации определенного состава персонала, комплексного технического оснащения, специальных помещений и т.д., отвечающий формуле «пациент» + «комплекс простых услуг» = «этап профилактики, диагностики или лечения».

Прием (осмотр, консультация) - производимые по определенному плану действия врача при возникновении у пациента потребности в медицинской помощи, представляющие собой сложную или комплексную медицинскую услугу, дающие возможность составить представление о состоянии организма пациента, результатом которых является профилактика, диагностика или лечение определенного заболевания, синдрома.

Приказом № 268 в разделе Офтальмология (код 01.029) зарегистрированы следующие сложные медицинские услуги: прием (осмотр, консультация) врача - офтальмолога первичный, код 01.029.01; прием (осмотр, консультация) врача - офтальмолога повторный, код 01.029.02.

Офтальмология - область медицины, изучающая анатомию и физиологию органа зрения, болезни глаза, разрабатывающая методы их диагностики, лечения и профилактики (энциклопедический словарь под редакцией А.М.Прохорова, 1999 год, Москва).

Согласно письму Министерства здравоохранения Республики Коми от 08.09.2009 исх. № 01-33/16473 (вх. № 4463 от 09.09.2009) окулист – устаревшее название врача офтальмолога, применяется до настоящего времени (пример: Федеральный закон № 53-ФЗ от 28.03.1998 «О воинской обязанности и военной службе» - ст. 5.1).

Согласно письму ФАС России о даче разъяснений относительно рекламы медицинских услуг исх. № АК/33861 от 29.09.2009 (вх. № 4820 от 06.10.2009) реклама, содержащая сведения о приеме (осмотре, консультации) медицинских работников, должна признаваться рекламой медицинских услуг, на которые распространяются требования ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

Таким образом, услуга **консультация офтальмолога (прием окулиста)** относится к **сложным медицинским услугам**.

Следовательно, рассматриваемые рекламы должны распространяться с учетом требований, установленных в ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

Рассматриваемые рекламы не содержат ни одного из предусмотренных ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе видов предупреждений.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона о рекламе ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

**При таких обстоятельствах рассматриваемые рекламы размещены в нарушение требований, установленных ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.**

В соответствии с ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за распространение рекламы, не соответствующей требованиям ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

В соответствии с п. 7 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием

любых средств.

Согласно п. 1 ст. 19 Закона о рекламе распространение **наружной рекламы** с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения (далее - рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта осуществляется **владельцем рекламной конструкции, являющимся рекламодателем**, с соблюдением требований настоящей статьи. **Владелец рекламной конструкции** (физическое или юридическое лицо) - собственник рекламной конструкции либо иное **лицо, обладающее вещным правом на рекламную конструкцию или правом владения и пользования рекламной конструкцией на основании договора с ее собственником.**

Из материалов рекламного дела усматривается, что **рекламодателем** рассматриваемых реклам является **ООО «Оптика-Люкс»**, юридический и почтовый адрес: 167000, Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Карла Маркса, д. 197, что подтверждается счетом-фактурой № 456 от 31.07.2009 и актом № 456 от 31.07.2009.

Из содержания представленных ООО «Оптика-Люкс» копий документов и письменной информации, имеющихся в материалах рекламного дела, следует, что всё рекламное оформление магазина приобретено обществом у прежнего владельца магазина - ООО «Промжилстрой», что подтверждается счетом-фактурой № 456 от 31.07.2009 и актом № 456 от 31.07.2009.

Согласно п. 3.2 ст. 3 Устава ООО «Оптика-Люкс», имеющегося в материалах рекламного дела, общество осуществляет среди прочих следующие виды деятельности: производство, розничная торговля, медицинские услуги.

Согласно выписке из Единого государственного реестра юридических лиц (далее – выписка из ЕГРЮЛ) от 16.11.2010, имеющейся в материалах рекламного дела, ООО «Оптика-Люкс» осуществляет следующие виды экономической деятельности:

- розничная торговля медицинскими товарами и ортопедическими изделиями (п. 218 выписки из ЕГРЮЛ);

- производство оптических приборов, фото- и кинооборудования (п. 222 выписки из ЕГРЮЛ);

- врачебная практика (п. 226 выписки из ЕГРЮЛ).

В выписке из ЕГРЮЛ указаны следующие виды деятельности, на которые ООО «Оптика-Люкс» выданы лицензии:

- производство медицинской техники (п. 260 выписки из ЕГРЮЛ);

- медицинская деятельность, осуществляемая организациями муниципальной и частной систем здравоохранения, за исключением деятельности по оказанию высокотехнологичной медицинской помощи (п. 283 выписки из ЕГРЮЛ).

В материалах рекламного дела имеются копии следующих лицензий, выданных ООО «Оптика-Люкс»:

- 1) № 99-03-001719 от 13.11.2009 на осуществление деятельности по производству медицинской техники: очки корректирующие;

- 2) № ЛО-11-01-000255 от 21.08.2009 на осуществление медицинской деятельности: работ (услуг), выполняемых при осуществлении амбулаторно-поликлинической медицинской помощи, в том числе при осуществлении специализированной медицинской помощи по офтальмологии, в том числе по адресу г. Сыктывкар, ул. Ленина, д. 33.

Из вышеизложенного усматривается, что ООО «Оптика-Люкс» использует помещение по указанному адресу для реализации медицинской техники и оказания медицинских услуг, информация о которых содержится в текстах рассматриваемых реклам.

Директор ООО «Оптика-Люкс» <...> в ходе рассмотрения рекламного дела признал нарушение обществом рекламного законодательства и пояснил, что выносной штендер обществом был убран в ноябре 2010 года сразу же после получения запроса Коми УФАС России и в настоящее время не используется; реклама, размещенная в оконных проемах фасада здания, обществом не удалена и информация о противопоказаниях не наклеена по причине невозможности производства работ по нанесению и удалению аппликационной пленки в связи с низкой температурой окружающего воздуха.

Комиссия в ходе рассмотрения рекламного дела № Р 01-01/11 установила, что нарушение рекламного законодательства произошло по вине рекламодателя ООО «Оптика-Люкс». ООО «Оптика-Люкс» на стадии распространения рекламы не осуществило надлежащего контроля за соответствием рассматриваемой рекламы требованиям ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе, следствием чего и стало несоответствие рекламы установленным требованиям.

Из материалов рекламного дела № Р 01-01/11 усматривается, что со стороны ООО «Оптика-

Люкс» должных мер по контролю соответствия рассматриваемой рекламы требованиям Закона о рекламе не принято.

**Таким образом, ООО «Оптика-Люкс» нарушены требования ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.**

Из материалов рекламного дела следует, что рассматриваемая реклама, размещенная на выносном штендере, расположенном на тротуаре слева от входа в салон «Оптика-Люкс», по адресу: г. Сыктывкар, ул. Ленина, д. 33, распространялась с 01 июля 2009 г. по ноябрь 2010 г. Реклама, размещенная в оконных проемах фасада здания по вышеуказанному адресу, распространяется с 01 июля 2009 г. по настоящее время.

На дату принятия Комиссией решения в материалах рекламного дела отсутствуют доказательства прекращения распространения реклам, размещенных в оконных проемах фасада здания.

В связи с изложенным, Комиссия пришла к выводу о необходимости выдачи ООО «Оптика-Люкс» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащих реклам, размещенных в оконных проемах фасада здания.

На основании изложенного, руководствуясь п. 4 ст. 3, п. 2 ч. 1 ст. 33, п. 1 и п. 7 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37 - 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, п. 3.55 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного Приказом ФАС РФ от 28.12.2007 № 453,

**Р Е Ш И Л А:**

1. Признать рекламы следующего содержания: «САЛОНЫ ОПТИКА Люкс Ленина, 33 К.Маркса, 197 Бумажников, 55 ЭТО: ПРАВО ВЫБОРА – ОЧКИ ИЛИ КОНТАКТНЫЕ ЛИНЗЫ БЕСПЛАТНАЯ КОНСУЛЬТАЦИЯ ОФТАЛЬМОЛОГА\* БЫСТРО: ОЧКИ за ЧАС ВЫГОДНО: СКИДКИ до 10% \*- при заказе очков или покупке контактных линз», размещенную в оконных проемах фасада здания, расположенного по адресу: Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Ленина, д. 33, в котором находится салон «Оптика-Люкс», со стороны ул. Ленина и со стороны ул. Орджоникидзе, и «САЛОН ОПТИКА ЛЮКС ЭТО ПРАВО ВЫБОРА – ОЧКИ ИЛИ КОНТАКТНЫЕ ЛИНЗЫ УДОБНО: ПРИЕМ ОКУЛИСТА БЫСТРО: ОЧКИ ЗА СУТКИ ВЫГОДНО: СКИДКИ от 3 до 10% А ТАКЖЕ – СОЛНЦЕЗАЩИТНЫЕ ОЧКИ – ОЧКИ «ЛАЗЕР-ВИЖН» – СРЕДСТВА УХОДА ЗА КОНТАКТНЫМИ ЛИНЗАМИ – ПРИНАДЛЕЖНОСТИ ДЛЯ ОЧКОВ т. 24-62-38 ДЕЙСТВУЕТ СИСТЕМА ДИСКОНТНЫХ КАРТ», размещенную на выносном штендере, расположенном на тротуаре слева от входа в салон «Оптика-Люкс» по вышеуказанному адресу, ненадлежащими, поскольку в них нарушены требования ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

2. Выдать ООО «Оптика-Люкс» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения указанной в п. 1 Решения ненадлежащей рекламы следующего содержания: «САЛОНЫ ОПТИКА Люкс Ленина, 33 К.Маркса, 197 Бумажников, 55 ЭТО: ПРАВО ВЫБОРА – ОЧКИ ИЛИ КОНТАКТНЫЕ ЛИНЗЫ БЕСПЛАТНАЯ КОНСУЛЬТАЦИЯ ОФТАЛЬМОЛОГА\* БЫСТРО: ОЧКИ за ЧАС ВЫГОДНО: СКИДКИ до 10% \*- при заказе очков или покупке контактных линз», размещенной в оконных проемах фасада здания, расположенного по адресу: Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Ленина, д. 33, в котором находится салон «Оптика-Люкс», со стороны ул. Ленина и со стороны ул. Орджоникидзе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении ООО «Оптика-Люкс» дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 18 февраля 2011 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.