

РЕШЕНИЕ

по делу № 06-06/17-2017

11 апреля 2017 года

город Омск

Комиссия Омского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, рассмотрев дело № 06-06/17-2017 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 лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ИП (...), извещенного надлежащим образом,

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе 17.02.2017 специалистом Омского УФАС России был выявлен факт распространения информации на рекламной конструкции, размещенной на фасаде салона оптики «Прима плюс» по адресу: г. Омск, ул. Химиков, дом 7, следующего содержания:

«Солнцезащитные очки Консультация офтальмолога».

Согласно информации на режимной вывеске деятельность в салоне оптики «Прима плюс» осуществляет ИП (...) (ИНН (...)).

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.

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками – распространена наружным способом, в адрес неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания к салону оптики «Прима плюс», к оказываемым услугам.

В соответствии с Федеральным [законом](#) от 21.11.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» медицинская деятельность - профессиональная деятельность по оказанию медицинской помощи, проведению медицинских экспертиз, медицинских осмотров и медицинских освидетельствований, санитарно-противоэпидемических (профилактических) мероприятий и профессиональная деятельность, связанная с трансплантацией (пересадкой) органов и (или) тканей, обращением донорской крови и (или) ее компонентов в медицинских целях.

При этом под медицинской помощью понимается комплекс мероприятий, направленных на поддержание и (или) восстановление здоровья и включающих в себя предоставление медицинских услуг.

Медицинская услуга представляет собой медицинское вмешательство или комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение. Выполнение медицинских вмешательств осуществляется только медицинскими работниками.

Согласно приказу Министерства здравоохранения и социального развития России от 27.12.2011 № 1664н «Об утверждении номенклатуры медицинских услуг» медицинские услуги класса «В» представляют собой комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение.

К медицинским услугам класса «В» относится прием (осмотр, консультация) врача-офтальмолога первичный (В 01 029 001).

На основании пункта 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, при этом предупреждению должно быть отведено не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

В указанной рекламе ИП (...) необходимое предупреждение отсутствовало.

Омским УФАС России в адрес ИП (...) был направлен запрос с требованием дать мотивированные пояснения по указанному факту нарушения.

В письме ИП (...) (вх. № 2140Э от 20.03.2017) указала, что «...руководством оптики «Прима плюс» была проведена проверка факта распространения указанной в письме информации на рекламной конструкции, размещенной на фасаде салона оптики «Прима плюс» по адресу: г. Омск, ул. Химиков, дом 7. Данный факт подтвердился. Незамедлительно были приняты меры по его устранению. В настоящее время рекламная конструкция, размещенная на фасаде салона оптики «Прима плюс» по адресу: г. Омск, ул. Химиков, дом 7 полностью соответствует законам и подзаконным актам о рекламе РФ. Фото отчет прилагается».

Вместе с тем из представленного ИП (...) рекламного изображения следует, что на фасаде салона оптики «Прима плюс» размещается реклама следующего содержания: «Солнцезащитные очки Без капель воды Очки с линзами *crizal essilor* без царапин *Crizal* четкое зрение Четкий взгляд на мир без пятен без пыли».

Согласно пункту 1 статьи 38 Федерального закона от 21.11.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» медицинскими изделиями являются любые инструменты, аппараты, приборы, оборудование, материалы и прочие изделия, применяемые в медицинских целях отдельно или в сочетании между собой, а также вместе с другими принадлежностями, необходимыми для применения указанных изделий по назначению, включая специальное программное обеспечение, и предназначенные производителем для профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации заболеваний, мониторинга состояния организма человека, проведения медицинских исследований, восстановления, замещения, изменения анатомической структуры или физиологических функций организма, предотвращения или прерывания беременности, функциональное назначение которых не реализуется путем фармакологического, иммунологического, генетического или метаболитического воздействия на организм человека.

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.

Таким образом, рекламируемые очки с линзами торговой марки «Crizal» являются медицинскими изделиями.

На основании пункта 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, при этом предупреждению должно быть отведено не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

В представленной ИП (...) рекламе необходимое предупреждение также отсутствует.

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

По определению (пункты 5 и 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») ИП (...) является рекламодателем и рекламораспространителем, т.е. изготовителем или продавцом товара либо иным определившим объект рекламирования и (или) содержание рекламы, а также осуществляющим распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, следовательно, несет ответственность за размещение ненадлежащей рекламы.

В силу частей 6 и 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель и рекламораспространитель.

Определение Омского УФАС России о возбуждении дела № 06-06/17-2017 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе было направлено в адрес ИП (...) (г. Омск, ...) заказным письмом от 24.03.2017 № 06-2063, и согласно информации, размещенной на официальном сайте ФГУП «Почта России», указанное письмо (трек-номер (...)) было получено адресатом 28.03.2017.

Учитывая изложенное, Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу о нарушении ИП (...) требований части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» при распространении наружной рекламы салона оптики «Прима плюс» по адресу: г. Омск, ул. Химиков, дом 7.

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 наружную рекламу «Солнцезащитные очки Консультация офтальмолога» и «Солнцезащитные очки Без капель воды Очки с линзами *crizal essilor* без царапин *Crizal* четкое зрение Четкий взгляд на мир без пятен без пыли», распространенную ИП (...) по адресу: г. Омск, улица Химиков, дом 7, 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 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 12 апреля 2017 года.

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

ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе

по делу № 06-06/17-2017

11 апреля 2017 года

город Омск

Комиссия Омского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе на основании своего решения от 11.04.2017 по делу № 06-06/04-2017 о признании ненадлежащей рекламы: «Солнцезащитные очки Консультация офтальмолога» и «Солнцезащитные очки Без капель воды Очки с линзами *crizal essilor без царапин Crizal четкое зрение Четкий взгляд на мир без пятен без пыли*», распространенную индивидуальным предпринимателем (...) (далее – ИП (...)) по адресу: г. Омск, улица Химиков, дом 7, нарушающей требования части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, пунктом 3.56.1. Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ИП (...) (ОГРНИП (...), ИНН (...), юридический адрес: (...)) в срок до 25 апреля 2017 года прекратить нарушение части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», а именно: рекламу «Солнцезащитные очки Без капель воды Очки с линзами *crizal essilor без царапин Crizal четкое зрение Четкий взгляд на мир без пятен без пыли*» сопровождать предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, размер которого должен составлять не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

2. ИП (...) представить в Омское УФАС России доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания в срок до 27 апреля 2017 года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Омское УФАС России вправе в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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