

РЕШЕНИЕ

по делу № 06-06/55-2017

18 июля 2017 года город Омск

Комиссия Омского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, рассмотрев дело № 06-06/55-2017 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения обществом с ограниченной ответственностью «НАРОДНАЯ ОПТИКА» (далее – ООО «НАРОДНАЯ ОПТИКА») наружной рекламы медицинских изделий, содержащей признаки нарушения требований части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в присутствии представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО «НАРОДНАЯ ОПТИКА» (ИНН 5504140743, юридический адрес: 644010, г. Омск, ул. Маяковского, 15, литер А, офис 2-8) – директора <...>

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе 31 мая 2017 года Омским УФАС России был выявлен факт распространения на рекламной конструкции, размещенной на фасаде здания по адресу: г. Омск, ул. 70 лет Октября, 12, информации следующего содержания:

«НАРОДНАЯ ОПТИКА

СУПЕРЦЕНЫ

AIR OPTIX Aqua

1400 руб.

ACUVUE OASYS

1150 руб.

1-Day ACUVUE MOIST

1200 руб.

PURE VISION 2

1200 руб.»

Согласно [пункту 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 «Народная оптика», а также к товарам, реализуемым в данном салоне оптики.

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).

В соответствии с пунктом 1 статьи 38 Федеральный закон 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.

Следовательно, реклама указанных медицинских изделий должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

На момент выявления факта распространения рекламы предупреждение, предусмотренное частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», в вышеуказанной рекламе отсутствовало.

Таким образом, указанная реклама медицинских изделий противоречит требованиям части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

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

Федерации.

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

По определению (пункты 5 и 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») ООО «НАРОДНАЯ ОПТИКА» является рекламодателем (изготовителем или продавцом товара либо иным определившим объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицом) и рекламораспространителем (лицом, осуществляющим распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств).

Учитывая изложенное, рассмотрев материалы дела, заслушав пояснения представителя Общества, Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу о нарушении ООО «НАРОДНАЯ ОПТИКА» требований части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» при распространении наружной рекламы медицинских изделий.

На определение Омского УФАС России ООО «НАРОДНАЯ ОПТИКА» представлены пояснения (вх. № 5422 от 05.07.2017), из которых следует, что в настоящее время рекламный баннер дополнен необходимой информацией, что подтверждается представленным фотоизображением.

Учитывая, что нарушение законодательства о рекламе устранено в добровольном порядке, Комиссией Омского УФАС России сделан вывод о нецелесообразности выдачи ООО «НАРОДНАЯ ОПТИКА» 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 рекламу

«НАРОДНАЯ ОПТИКА

СУПЕРЦЕНЫ

AIR OPTIX Aqua

1400 руб.

ACUVUE OASYS

1150 руб.

1-Day ACUVUE MOIST

1200 руб.

PURE VISION 2

1200 руб.», распространенную ООО «НАРОДНАЯ ОПТИКА» 31.05.2017 на рекламной конструкции, размещенной на фасаде здания по адресу: г. Омск, ул. 70 лет Октября, 12, ненадлежащей, нарушающей требования части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

2. Не выдавать ООО «НАРОДНАЯ ОПТИКА» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в связи с устранением нарушения в добровольном порядке.

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 18 июля 2017 года.

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