

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:

– руководитель управления.

Члены Комиссии:

. – начальник отдела рекламы и недобросовестной конкуренции,

– ведущий специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции,

рассмотрев дело № 027/05/5-936/2019 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения ООО «АмурВижн» ненадлежащей рекламы с нарушением требований части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе»,

в присутствии директора ООО «АмурВижн», представителя ООО «АмурВижн» (по доверенности),

#### **УСТАНОВИЛА:**

В Хабаровское УФАС России поступило обращение гр. \*\*\* (вх. № 4/13895 № от 12.11.2019) о наличии признаков нарушения рекламного законодательства Российской Федерации при распространении по адресу: г. Хабаровск, пересечение Уссурийского бульвара, д. 58 - ул. Шеронова на рекламной конструкции информации следующего содержания: *«ДИОПТРИКА Пушкина, 19 Детям линзы БЕСПЛАТНО! Запись по телефону 30-00-22».*

В соответствии со статьей 3 ФЗ «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 или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. При этом под объектом рекламирования понимается 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.

Информация, распространяемая на рекламной конструкции содержит все

определяющие признаки рекламы, позволяющие её квалифицировать именно в этом качестве.

Данная реклама привлекает внимание потребителей к возможности установить детям бесплатные линзы в рекламируемом салоне оптики «Диоптрика».

Рекламодатель должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу полных сведений и условий приобретения товара (услуги).

В соответствии с частью 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускаются.

Информация, содержащаяся в рекламе должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

При обращении заявителя в салон оптики «Диоптрика» выяснилось, что при приобретении оправы для очков линзы установят бесплатно при условии прохождения платной диагностики в размере одной тысячи рублей.

Согласно части 7 статьи 5 «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Поскольку распространенная реклама об установке детям бесплатных линз направлена на формирование у потребителей желания воспользоваться данной услугой, то существенной является не только привлекательная для потребителей информация, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламы.

В рекламе отсутствует существенная информация о том, что линзы установят бесплатно только при условии приобретения оправы для очков и прохождения диагностики в указанном салоне оптики, в связи с чем искажается смысл распространяемой информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы, имеющие намерение воспользоваться рекламируемой услугой.

Таким образом, в данной рекламе нарушены требования части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Кроме того, установлено, что объект рекламирования – линзы очки, реализуемые оптикой «Диоптрика», относятся к медицинским изделиям в соответствии с Номенклатурной классификацией медицинских изделий, утвержденной Приказом Минздрава России от 06.06.2012 N 4н, Раздел 11:

Офтальмологические медицинские изделия.

В соответствии с частью 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «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.

Вышеуказанная реклама линз очковых не содержит предупреждение о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, следовательно, она размещена с нарушением части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

В процессе рассмотрения дела директор ООО «АмурВижн» с выявленным нарушением согласился, пояснив, что в настоящее время нарушения рекламного законодательства Российской Федерации устранены.

Согласно части 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований части 7 статьи 5, части 7 статьи 24 настоящего Федерального закона несет рекламодатель – изготовитель или продавец товара и либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодателем, в интересах которого непосредственно распространялась реклама, является ООО «АмурВижн» (ИНН 2721125962, место нахождения: 680000, г. Хабаровск, ул. Запарина, д. 65).

Данный факт подтверждается договором аренды рекламной конструкции № 57 от 01.01.2019, заключенным между ООО «АРТ» и ООО «АмурВижн», актом приема-передачи рекламных конструкций к указанному договору выше договору от 05.11.2019.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1,2 статьи 36 Федерального Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

### **РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащей рекламу: *«ДИОПТРИКА Пушкина, 19 Детям линзы БЕСПЛАТНО! Запись по телефону 30-00-22».*», распространенную ООО «АмурВижн» в г. Хабаровске по адресам: пересечение Уссурийского бульвара, д. 58- ул. Шеронова, пересечение Уссурийского бульвара- ул. Пушкина, д. 38А, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе».
2. Обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе ООО «АмурВижн» не выдавать в связи с устранением нарушения.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Хабаровского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 12 декабря 2019 года.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации (в трехмесячный срок).