

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Оренбургской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (...), рассмотрев представленные материалы по признакам нарушения требований, установленных пунктом 1 части 3 статьи 5 Федерального Закона Российской Федерации «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 года (далее по тексту - ФЗ «О рекламе»), содержащихся в рекламе сети ортопедических аптек «ОРТОТЕКА» (ИП (...)), размещенной в сети «Интернет» на сайте [www.pulscen.ru](http://www.pulscen.ru), также в социальной сети «ВКонтакте» в группе «Телефонная Справочная 24-24-24 г. Орска»,

### **УСТАНОВИЛ:**

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Оренбургской области поступило заявление гражданки (...) (вх. № 10652к от 14.12.2015 г.) с жалобой на рекламу сети ортопедических аптек «ОРТОТЕКА», размещенную в сети «Интернет» на сайте [www.pulscen.ru](http://www.pulscen.ru), также в социальной сети «ВКонтакте» в группе «Телефонная Справочная 24-24-24 г. Орска», поскольку в ней содержатся признаки нарушения требований, установленных пунктом 1 части 3 статьи 5 Федерального закона Российской Федерации «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. (далее по тексту – ФЗ «О рекламе»).

В ходе рассмотрения заявления установлено:

В социальной сети «Интернет», на сайте [www.pulscen.ru](http://www.pulscen.ru), а также в социальной сети «ВКонтакте» в группе «Телефонная Справочная 24-24-24 г. Орска», размещена следующая текстовая информация: «Что такое «ОРТОТЕКА»? Это «ПЕРВАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ СЕТЬ ОРТОПЕДИЧЕСКИХ АПТЕК» в Оренбургской области, которая работает уже на протяжении более девяти лет во многих городах нашего региона и в Оренбурге! За эти годы «ОРТОТЕКА» сумела завоевать доверие не только у покупателей, но и у медицинских работников. Практически весь персонал «ОРТОТЕКА» имеет медицинское образование. После прихода в «ОРТОТЕКУ» проходят обучение с участием специалистов ГК «НИКАМЕД» г. Москва – ключевым партнером, которой в регионе и является «ОРТОТЕКА». Весь ассортимент предлагаемой продукции является самым широким в области – от недорогих до товаров премиум – сегмента. Для ветеранов ВОВ, инвалидов всех групп, а также для постоянных клиентов действует система скидок. «ОРТОТЕКА» в своем стремлении к доступности цен и максимально широкому выбору продукции для покупателей планирует брать одну высоту за другой! «ВНИМАНИЕ! Имеются противопоказания. Перед применением продукции необходимо ознакомиться с инструкцией или получить консультацию у специалиста».

В заявлении гр. (...) указано, что в соответствии с пунктом 29 Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда РФ от 08.10.2012 г. № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами ФЗ «О рекламе» 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. В этой связи использование в рекламе сравнительной характеристики

объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение. Реклама, не сопровождаемая таким подтверждением должна считаться не достоверной, как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемые другими продавцами.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В тексте указанной рекламы сети ортопедических аптек «ОРТОТЕКА», использована сравнительная характеристика «Первая профессиональная сеть ортопедических аптек». При этом, данная реклама не содержит критериев, по которым осуществляется сравнение (общий объем продаж медицинской продукции, объем продаж медицинской продукции конкретной модели и т.п.).

Отсутствие таких критериев в тексте рекламы, по мнению заявителя, допускает возможность проведения потребителями сравнения по любому основанию (критерию), может ввести потребителей в заблуждение относительно объекта рекламирования, являться побудителем восприятия потребителями информации «Первая профессиональная сеть ортопедических аптек» как преимущества перед другими продавцами, осуществляющими свою деятельность по продаже медицинской продукции.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона Российской Федерации «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 года и в соответствии с пунктами 20 и 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации № 508 от 17.08.2006 года,

### ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу **№ 07-17-116/2015** по признакам нарушения требований, установленных пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального Закона Российской Федерации «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 года;

2. Признать лицами, участвующими в деле:

- заявитель – **гг. (...)** (адрес: (...));

- лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе - **ИП (...)** (адрес: (...));

3. Назначить дело № 07-17-116/2015 к рассмотрению на «\_\_» января 2015 года в \_\_ часов \_\_ минут по адресу: г. Оренбург, ул. 9 Января, 64, ком. 715.

4. ИП (...). в срок до «\_\_» января 2015 года предоставить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Оренбургской области надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- свидетельства о государственной регистрации ИП (...);
- выписки из ЕГРИП ИП (...);
- утвержденных макетов (утвержденный текст) рассматриваемой рекламы;
- надлежащим образом заверенную копию договора на размещение указанной рекламы;
- надлежащим образом заверенного документа (иных доказательств), подтверждающего что сеть ортопедических аптек «ОРТОТЕКА» - «ПЕРВАЯ профессиональная».

Также, в указанный срок предоставить письменные пояснения по следующим вопросам:

- кто определил содержание рассматриваемой рекламы;
- кем разрабатывался и утверждался макет рассматриваемой рекламы;
- кем был изготовлен макет рекламы рассматриваемой рекламы.

Иные пояснения по существу дела.

Явка гр. (...) (с документами, удостоверяющими личность) и (или) представителя по доверенности гр. (...) (с подлинной доверенностью на участие в деле № 07-17-116/2015) обязательна.

Явка ИП (...) (с документами, удостоверяющими личность) и (или) представителя по доверенности ИП (...) (с подлинной доверенностью на участие в деле № 07-17-116/2015) обязательна.

Председатель Комиссии

(...)

