

Резолютивная часть оглашена «21» августа 2023 года Санкт-Петербург

В полном объеме решение изготовлено «28» августа 2023 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Санкт-Петербургу по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

<...>

рассмотрев дело № № 078/05/5-1067/2023 по признакам нарушения Акционерным обществом «Современные медицинские технологии» (ИНН 7810519012, ОГРН 1089847230417, адрес: 190013, Санкт-Петербург, Московский проспект, дом 22, литер А, помещение 14Н офис 453) требований пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» N 38-ФЗ от 13 марта 2006 года (далее Закона о рекламе, ФЗ «О рекламе») при размещении рекламы «ИСКУССТВО СОХРАНЯТЬ ЗДОРОВЬЕ: ОТ ДИАГНОСТИКИ ДО ХИРУРГИИ Клиники СМТ <...> ЛУЧШИХ ВРАЧЕЙ 400 ...» в печатном издании Деловой Петербург от 16.06.2023 №62 (5834),

в присутствии представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства РФ о рекламе: <...> по доверенности б/н,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Санкт-Петербургу (далее – Санкт-Петербургское УФАС России), осуществляющее государственный надзор за соблюдением законодательства о рекламе, поступило обращение физического лица (вх.№ 15731-ИП/23 от 22.06.2023) относительно ненадлежащей, по мнению заявителя, рекламы клиники СМТ, распространяемой в печатном издании Деловой Петербург от 16.06.2023 №62 (5834).

Согласно статье 1 Закона о рекламе, целями данного закона являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе реклама - информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, 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; под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Статья 5 Закона о рекламе определяет общие требования к рекламе независимо от способа её распространения и объекта рекламирования.

Согласно пункту 1 части 3 этой статьи 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.

Как разъяснено в пункте 29 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 8 октября 2012 года № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «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 связи с этим 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.

Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами (пункт 1 части

3 статьи 5 Закона о рекламе).

В рекламе «ИСКУССТВО СОХРАНЯТЬ ЗДОРОВЬЕ: ОТ ДИАГНОСТИКИ ДО ХИРУРГИИ Клиники СМТ <...> ЛУЧШИХ ВРАЧЕЙ 400 ...», размещенной в печатном издании Деловой Петербург от 16.06.2023 №62 (5834), отсутствует критерий по которому осуществляется сравнение врачей Акционерного общества «Современные медицинские технологии» с врачами других клиник.

Субъекты ответственности за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе определены статьёй 38 Закона о рекламе. В силу части 6 этой статьи за нарушение требований пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе ответственность несёт исключительно рекламодатель.

Статьей 3 Закона о рекламе установлено, что рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В соответствии с документами и материалами, имеющимися в Санкт-Петербургском УФАС России, рекламодателем рекламы «... ЛУЧШИХ ВРАЧЕЙ 400 ...» является Акционерное общество «Современные медицинские технологии» (адрес: 190013, Санкт-Петербург, Московский проспект, дом 22, литер А, помещение 14Н офис 453, ИНН 7810519012, ОГРН 1089847230417).

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе ненадлежащая реклама - это реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации

Определением Санкт-Петербургского УФАС России (исх. № 78/17808/23 от 20.07.2023) в отношении АО «Современные медицинские технологии» возбуждено производство по делу № 078/05/5-1067/2023 по признакам нарушения требований пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе .

Рассмотрение дела № 078/05/5-1067/2023 назначено на 21.08.2023 в 11 часов 30 минут в режиме видеоконференцсвязи (далее — ВКС).

21.08.2023 в ходе рассмотрения дела № 078/05/5-1067/2023 представитель АО «Современные медицинские технологии» по доверенности <...> представила документы, подтверждающие факт прекращения распространения ненадлежащей рекламы, подтвердила прекращение распространения обществом рекламы, нарушающей требования пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Комиссия, изучив материалы дела, 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, утвержденных Постановлением Правительства РФ 24.11.2020 г. N 1922

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу АО «Современные медицинские технологии», размещенную в печатном издании Деловой Петербург от 16.06.2023 №62 (5834), ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

2. Признать в действиях АО «Современные медицинские технологии» нарушение требований пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, выразившиеся в неуказании в рекламе «ИСКУССТВО СОХРАНЯТЬ ЗДОРОВЬЕ: ОТ ДИАГНОСТИКИ ДО ХИРУРГИИ Клиники СМТ <...> ЛУЧШИХ ВРАЧЕЙ 400 ...», размещенной в печатном издании Деловой Петербург от 16.06.2023 №62 (5834), критерий по которому осуществляется сравнение врачей Акционерного общества «Современные медицинские технологии» с врачами других клиник.

3. В связи с прекращением распространения рассматриваемой рекламы, предписание о прекращении нарушения ФЗ «О рекламе», не выдавать.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Санкт-Петербургского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

<...>