

РЕШЕНИЕ

по делу № 021/05/5-1415/2020

24 марта 2021 г.
Чебоксары

г.

Комиссия Чувашского УФАС России по рассмотрению дел по признакам

нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

председатель Комиссии:

«...»

члены Комиссии:

«...»

рассмотрев дело № 021/05/5-1415/2020, возбужденное в отношении общества с ограниченной ответственностью «Лидер – Дент клиника» (ИНН/ОГРН 2127317718/102210097334), в связи с распространением рекламы с признаками нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.06.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе),

с участием лица, в действиях которого содержатся нарушения Закона о рекламе – представителя ООО «Лидер – Дент клиника» - «...»

УСТАНОВИЛА:

Чувашским УФАС России, в порядке части 2 статьи 36 Закона о рекламе, подпункта г) пункта 13 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 N 1922 (далее Правила) возбуждено дело по признакам нарушения требований пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе в отношении ООО «Лидер – Дент клиника», в соответствии с чем было

установлено следующее.

ООО «Лидер – Дент клиника» на странице поисковой системы интернет – портала «Яндекс» в период с 15.11.2020 по 25.12.2020 размещалась следующая рекламная информация: «Лучшая стоматология в Чебоксарах ЛидерДент – лауреат премии «Лучшая клиника России в 2017-20 г.г.».

Факт размещения указанной информации подтверждается скриншотами страниц интернет – портала «Яндекс», а также договором посредством акцепта оферты, направленным ООО «Яндекс» неограниченному кругу лиц (пункт 2 статья 432 ГК РФ), в соответствии с которым общество распространяло вышеуказанную информацию на указанном объекте.

Согласно пояснениям и документам, представленных ООО «Лидер – Дент клиника» (вх. от 09.03.2021 № 2130-ЭП/21), установлено следующее.

Указание в рекламе слоганов: «Лучшая стоматология в Чебоксарах» и «Лидер Дент - лауреат премии «Лучшая клиника России» послужило участие общества в 2017, 2018, 2019, 2020 годах в конкурсах «Лучшие стоматологии РФ», организатором которого явилось ООО «Научно – исследовательский институт социальной статистики» (196135, г. Санкт – Петербург, пр-т Московский, д. 202, литера А) (далее – Институт).

В результате проведенных Институтом социальных исследований деятельности ООО «Лидер – Дент клиника», последнее было включено в реестр лауреатов «Лучшие стоматологии РФ», с получением соответствующих сертификатов на подтверждение права использования логотипа «*Лучшие стоматологии РФ*» и дипломов, подтверждающих включение ООО «Лидер – Дент клиника» в число лауреатов Национального конкурса «*Лучшие стоматологии РФ*».

ООО «Лидер – Дент клиника» полагало, что поскольку общество вошло в число лауреатов Национального конкурса «*Лучшие стоматологии РФ*» и может использовать данный логотип, то и информация о том, что ООО «Лидер – Дент клиника» - *Лучшая стоматология в Чебоксарах* и «Лидер Дент - лауреат премии «*Лучшая клиника России*», не может быть признана недостоверной, поскольку г. Чебоксары входит в состав в Российской Федерации.

При этом, ООО «Лидер – Дент клиника» указало,

что использование вышеуказанных слоганов не имеет перед собой цель сравнение общества с иными аналогичными стоматологическими клиниками, действующими на территории г. Чебоксары.

В этой связи, использование слоганов, содержащих превосходную степень «Лучшая», были правомерно указаны в рекламе, поскольку эти права подтверждены вышеуказанными документами (дипломы, сертификаты).

Вместе с тем, в рамках рассмотрения дела и выявленных по нему обстоятельств, общество все же признало, что специалист по маркетингу и рекламе, непосредственно изготавливавший текст рекламы, усмотрев в дипломах и сертификатах, в том числе, на принадлежность общества к городу Чебоксары, ошибочно указал, что «ЛидерДент – лауреат премии «Лучшая клиника России» и «Лучшая стоматология в Чебоксарах».

Согласно пояснениям Института (вх. от 24.02.2021 № ВК/768/21), представленным в дело, установлено о проведении Институтом конкурсов «Лучшие стоматологии РФ» по следующей процедуре.

В результате опросов различными способами мнений потребителей об определенной организации во всех субъектах Российской Федерации, и при получении положительной оценки деятельности данной организации, ее подтверждении участия в конкурсе и, в последующем, получения от организации оплаты организационного сбора, Институт выдает дипломы Лауреата конкурса, сертификат на право использования логотипа конкурса.

Указанные регалии, получившие их организации, могут быть использованы без права изменения года участия, текстовой и графической информации в логотипе.

Институт подтвердил, что ООО «Лидер – Дент клиника» становилось Лауреатом конкурса «Лучшие стоматологии РФ» в проводимых Институтом конкурсах «Лучшие стоматологии РФ» в 2017, 2018, 2019, 2020 годах.

В то же время, Институт уточнил, что конкурс имеет название «Лучшие стоматологии РФ», то есть, во множественном числе, поскольку указанным выше критериям проводимым рейтингам, может соответствовать не одна, а несколько организаций в одном и том же городе, в случае, если бы они заявили на участие в конкурсе.

Таким образом, на основании выданных Институтом сертификата и диплома, организация имеет право использовать по собственному усмотрению, в том числе, в рекламных целях, логотип Национального конкурса «Лучшие стоматологии РФ», без права внесения в него изменений.

Указанные обстоятельства подтверждены названными документами и пояснениями Института, представленными в дело.

Оценив и проанализировав представленные в материалы дела документы и заявленные доводы, Комиссия установила следующее.

С точки зрения статьи 3 Закона о рекламе, под рекламой понимается 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.

Содержание рассматриваемой информации, соответствует всем квалифицирующим признакам рекламы, определенным статьей 3 Закона о рекламе. Таким образом, рассматриваемая информация является рекламой и к ней применимы все требования, установленные Законом о рекламе.

Общие требования к рекламе установлены статьей 5 Закона о рекламе. В силу части 1 данной статьи определено, что реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Обстоятельства дела свидетельствуют, что на странице поисковой системы интернет – портала «Яндекс» ООО «Лидер – Дент клиника» в период с 15.11.2020 по 25.12.2020 размещало следующую рекламу: *«Лучшая стоматология в Чебоксарах ЛидерДент – лауреат премии «Лучшая клиника России в 2017-20 г.г.»*.

При этом, исследовав имеющиеся в деле доказательства в совокупности и взаимосвязи, Комиссия пришла к выводу, что объективного подтверждения того, что ООО «Лидер – Дент клиника» действительно является *«Лучшей стоматологией в Чебоксарах»* и *«Лучшей клиникой России»* не имеется, в силу следующего.

Согласно правовой позиции, изложенной в пункте 29 Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О

рекламе» (далее – Постановление), информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителей 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).

Суды должны учитывать, что при сравнении в рекламе собственных товаров с товарами конкурентов не допускаются сравнение, основанное на несопоставимых критериях, или неполное сравнение товаров, поскольку это искажает представление о рекламируемом товаре и не позволяет объективно оценить его свойства.

В качестве недостоверной может также признаваться реклама, которая хотя и не содержит напрямую не соответствующих действительности сведений об ином объекте (хозяйствующем лице), его товаре (услугах), но оказывает влияние на выбор потребителя, манипулируя отсутствием специальной информацией такого рода сведениями.

Поэтому реклама может быть признана недостоверной и в том случае, когда сведения, не соответствующие фактическим обстоятельствам, касаются деятельности (товара) конкурентов.

Таким образом, в рассматриваемом деле, в предмет доказывания указанной в рекламе информации, входила проверка достоверности сведений, размещенных в названной рекламе, в связи с чем, Комиссия установила следующее.

Согласно представленной в материалы дела информации установлено, что в результате проведенных Институтом конкурсов «Лучшие стоматологии РФ», ООО «Лидер – Дент клиника» было включено в 2017, 2018, 2019, 2020 годы в реестр лауреатов «Лучшие

стоматологии РФ» с получением соответствующих сертификатов на подтверждение права использования логотипа «*Лучшие стоматологии РФ*» и дипломов, подтверждающих включение ООО «Лидер – Дент клиника» в число лауреатов Национального конкурса «*Лучшие стоматологии РФ*».

Из пояснений Института установлено, что конкурс имеет название «*Лучшие стоматологии РФ*» и его победители, на основании выданных Институту сертификатов и дипломов, имеют право использовать по собственному усмотрению, в том числе, в рекламных целях, логотип Национального конкурса «*Лучшие стоматологии РФ*», без права внесения изменений в него.

Из представленных в материалы дела пояснений ООО «Лидер – Дент клиника» установлено, что общество, посчитав, что полученные документы являются основанием для использования в рекламе слоганов: «*Лучшая стоматология в Чебоксарах*» и «*«Лучшая клиника России»*» разместило с таким текстом рекламу на рассматриваемом объекте.

Поскольку оценка рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями, потребитель вправе предположить, что вышеуказанное в рекламе утверждение является неопровержимой информацией.

Для обыденного сознания потребителей рекламы, в зависимости от их личного социального и индивидуального опыта, характерно множественное понимание смысла того или иного текста рекламы.

В силу чего рекламные слоганы: «*Лучшая стоматология в Чебоксарах*» и «*Лучшая клиника России*» также может восприниматься потребителями рекламы по - разному, но доминирующим смыслом данных слоганов, логично является буквальное толкование - это преимущество перед остальными аналогичными клиниками, в том числе, в границах г. Чебоксары. Вместе

с тем, наличие в тексте рекламы данного утверждения не может признаваться достоверной, соответствующей действительности, поскольку представленные в дело документы не свидетельствуют об указанной в рекламе информации.

При этом, отношения в сфере рекламы должны строиться на принципах достоверности сообщаемых сведений о товарах и услугах и исходить из того, что достоверная информация о товарах и услугах позволяет потребителю сделать правильный выбор, поскольку в

настоящее время на рынке оказания стоматологических услуг высокая конкуренция, таким образом, у потребителей имеется достаточная альтернатива в выборе хозяйствующего субъекта, предоставляющего данный вид услуг.

Данные рекламные утверждения позволяют сделать вывод о том, что именно стоматологическая клиника «Лидер – Дент» сравнивается со всеми участниками рынка аналогичных стоматологических клиник и является лучшей стоматологией в Чебоксарах, поскольку является, при этом, лауреатом премии «Лучшая клиника России».

Вместе с тем, реклама вводит потребителей рекламы в заблуждение, поскольку в спорной рекламе приводятся не обладающие достоверностью сведения о превосходстве (преимуществе) объекта рекламирования: «*Лучшая стоматология в Чебоксарах*» и «*Лучшая клиника России*», без указания и содержания материальных доказательств по которым осуществлено сравнение превосходной степени над такими же хозяйствующими субъектами (стоматологическими клиниками) г. Чебоксары.

В данном случае, для привлечения потенциальных потребителей к товарам и услугам общества, ООО «Лидер – Дент клиника» размещало недостоверные сведения, поскольку представленные в дело документы не свидетельствовали об указанной в рекламе информации и ООО «Лидер – Дент клиника» не представило доказательств в подтверждение заявленного рекламной текст.

Таким образом, рассматриваемая реклама является недостоверной.

Пунктом 3 части 1 статьи 5 Закона 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.

Ответственность за нарушение требований, установленных п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе несет рекламодаделец (ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе).

В смысле ст. 3 Закона о рекламе, рекламодаделец - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Установлено, что рекламодателем спорной рекламы является ООО «Лидер – Дент

клиника».

На этом основании, ответственность за выявленное нарушение требований, установленных частью 1 пункта 3 статьи 5 Закона о рекламе несет ООО «Лидер – Дент клиника».

При этом, материалами дела установлено, что размещение недостоверной рекламы на момент рассмотрения дела не прекращено.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе, антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный контроль за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе, вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В связи с тем, что распространение недостоверной рекламы в настоящее время прекращено, Комиссия пришла к выводу об отсутствии оснований в выдачи ООО «Лидер – Дент клиника» предписания о прекращении нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона "О рекламе" и в соответствии с пунктами 42 - 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе утвержденных Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 N 1922, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу, распространяемую в период с 15.11.2020 по 25.12.2020 на страницах интернет – портала «Яндекс», содержащую текст: «Лучшая стоматология в Чебоксарах ЛидерДент – лауреат премии «Лучшая клиника России в 2017-20 г.г.», недостоверной, поскольку в ней нарушены требования статьи требования пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе

2. Признать ООО «Лидер – Дент клиника» (ИНН/ОГРН 2127317718/102210097334) нарушившим пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

3. Не выдавать ООО «Лидер – Дент клиника» предписание о

прекращении нарушения Закона о рекламе .
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ООО «Лидер – Дент клиника».

Решение изготовлено в полном объеме 24 марта 2021 г.

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

Председатель Комиссии

«...»

Члены Комиссии

«...»