Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан <...> - должностное лицо, рассмотрев материалы дела в отношении ООО «Мегадентплюс» (ОГРН 1131690064230; ИНН 1655276820; место нахождения: 420127, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Копылова 12, пом. 1005) по факту распространения рекламы медицинских услуг в общественном транспорте города Казани с текстом: «Лучшая цена! Металлические брекететы МТХ, керамические брекететы, циркониевая коронка, виниры, металлокерамика, лечение кариеса», без указания предупреждения о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, что имеет признаки нарушения части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»). К тому же в тексте присутствует утверждение «Лучшие цены», что имеет признаки нарушения пункта 1 части 2 статьи 5 Закона «О рекламе»,

УСТАНОВИЛ:

В ходе проведения государственного надзора в сфере рекламы Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Управление) были установлены признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения наружной рекламы медицинских услуг с текстом: «Лучшая цена! Металлические брекететы МТХ, керамические брекететы, циркониевая коронка, виниры, металлокерамика, лечение кариеса» без указания предупреждения о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. К тому же в тексте присутствует утверждение «Лучшие цены», что имеет признаки нарушения пункта 1 части 2 статьи 5 Закона «О рекламе»

В соответствии с пунктами 1 и 2 статьи 3 Закона «О рекламе», реклама – это 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.

В пункте 1 статьи 3 Федерального закона от 13 марта 2006 года №38-ФЗ «О рекламе» дано понятие рекламы - это 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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона «О рекламе» объектом рекламирования является 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.

Вышеуказанная рекламная информация содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; преследует строго заданные цели информирования: продвижение на рынке, призвана формировать и поддерживать интерес к товарам, реализуемым соответствующими рекламодателями.

Информация, размещенная в вышеуказанной рекламе содержит все необходимые

юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; распространена посредством размещения на радиостанции; преследует строго заданные цели информирования: продвижение на рынке, призвана формировать и поддерживать интерес к услугам и товарам, предоставляемым, производимым соответствующим рекламодателем.

Понятие и перечень медицинских услуг определены Номенклатурой медицинских услуг, утвержденной Приказом Минздрава России от 13.10.2017 N 804н "Об утверждении номенклатуры медицинских услуг".

A16.07.048	Ортодонтическая коррекция с применением брекет-систем
A16.07.003	Восстановление зуба вкладками, виниром, полукоронкой

Данная реклама является рекламой медицинских услуг, а значит должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, также должна соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

Согласно части 7 статьи 24 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). 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.

Пункт 1 части 2 статьи 5 Закона «О рекламе» гласит, что недобросовестной признается реклама, содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Рекламный текст «Лучшие цены» имеет признаки нарушения закона «О рекламе» в части содержания некорректного сравнения с аналогичными услугами иных хозяйствующих субъектов и (или) индивидуальных предпринимателей путем использования обозначений «лучшие» без указания конкретных характеристик и (или) параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, а также без указания ссылок на анализы и исследования, подтверждающие превосходство данного места оказания услуг перед другими субъектами, осуществляющие аналогичную деятельность.

В соответствии с письмом ФАС России от 30.09.2011 г. №АК/37027, к некорректному

сравнению относятся случаи, когда делается вывод о превосходстве одного товара над другим, однако конкретные характеристики сравниваемых товаров не указываются. При этом в рекламе может приводиться, как сравнение рекламируемого товара с конкретным другим товаром, так и сравнение рекламируемого товара со всеми иными товарами путем использования «самый лучший», «№1». В отсутствии указания критерия такого сравнения создается впечатление, что рекламируемая услуга обладает заявленным преимуществом по всем критериям. Однако, данный вывод достоверен только в отношении одного или нескольких критериев, но не всех. Отсутствие в рассматриваемой рекламе существенной информации о том, что услуга является лучшей на территории, а именно, в России, искажает смысл рекламы и вводит в заблуждение потенциальных клиентов. Таким образом, для того, чтобы использовать в рекламе конструкции «лучший», «первый», «номер один» и т.д. необходимо привести конкретный критерий, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Учитывая вышесказанное, рассматриваемая реклама содержит признаки недостоверности, а именно не даёт точной информации о преимуществах (цена) рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона «О рекламе», реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Учитывая правовой смысл и содержание приведенных понятий рекламы и объекта рекламирования, 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, а также об изготовителе (продавце) такого товара, то есть объекту рекламирования в целом.

В соответствии с частью 6, 7 статьи 38 Закона «О рекламе» следует, что за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 24 Закона «О рекламе» несет ответственность рекламодатель и рекламодатель и рекламодатель.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона «О рекламе» следует, что за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 2 статьи 5 Закона «О рекламе» несет ответственность рекламодатель.

Рекламодателем является ООО «Мегадентплюс» (ОГРН 1131690064230; ИНН 1655276820; место нахождения: 420127, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Копылова 12, пом. 1005).

Реклама распространялась в салоне общественного транспорта (автобуса) принадлежащего МУП ПАТП №4 (маршрут №47).

Для установления лица, которое является рекламодателем рассматриваемой рекламы, Управлением был проанализирован договор №2 от 01 февраля 2019 года об оказании услуг по предоставлению места в салоне автотранспортных средств-автобусов для размещения рекламных конструкций, между МУП ПАТП №4 и ООО «СБК». Согласно данному договору было установлено, что рекламодателем указанной рекламы является ООО «СБК» (ОГРН

1161690069310; ИНН 1659168536; 420054, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Техническая, д. 2, пом. 14-16).

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

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу №016/05/24-1782/2019 по признакам нарушения части 7 статьи 24 и пункта 1 части 2 статьи 5 Закона «О рекламе».

2. Признать лицом, участвующим в деле ООО «Мегадентплюс» (ОГРН 1131690064230; ИНН 1655276820; место нахождения: 420127, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Копылова 12, пом. 1005) и ООО «СБК» (ОГРН 1161690069310; ИНН 1659168536; 420054, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Техническая, д. 2, пом. 14-16).

3. Назначить дело № 016/05/24-1782/2019 к рассмотрению на 06 ноября 2019 года в 13 ч. 30 мин. по адресу: г. Казань, ул. Московская, д.55, 2-й этаж, зал заседаний.

4. ООО «Мегадентплюс» в срок до 04 ноября 2019 года представить в Татарстанское УФАС России надлежащим образом заверенные копии следующих документов и материалов (на электронную почту <...> с дублированием <...>) согласно следующему перечню:

документы, подтверждающие полномочия руководителя;

свидетельство о государственной регистрации юридического лица, ИНН;

копии договоров (актов выполненных работ) на распространение рекламы медицинских услуг с текстом: «Лучшая цена! Металлические брекеты МТХ, керамические брекеты, циркониевая коронка, виниры, металлокерамика, лечение кариеса»;

сведения о лице, которое изготовило, утвердило и распространило вышеуказанную рекламу медицинских услуг;

письменные пояснения данного лица по факту изготовления, утверждения и распространения вышеуказанной рекламы медицинских услуг;

информация о видах деятельности осуществляемых ООО «Мегадентплюс» в 2018, в 2019 г., информацию о местах осуществления каждого вида деятельности (адреса осуществления деятельности) с приложением подтверждающих документов;

иные документы и сведения, имеющие значение для дела, при наличии возражений – нормативное и документальное их обоснование.

В случае если какие-либо пункты не реализованы (отсутствуют), указать мотивированную причину отсутствия данных документов или сведений.

При подготовке ответа на данный запрос, просим формировать ответ по пунктно, согласно списку запрашиваемой информации, а также в сопроводительном письме необходимо указать ссылку на исходящий номер <...> указанный в левом верхнем углу первой страницы запроса.

5. ООО «СБК» в срок до 04 ноября 2019 года представить в Татарстанское УФАС России надлежащим образом заверенные копии следующих документов и материалов (на электронную почту <...> с дублированием <...>) согласно следующему перечню:

документы, подтверждающие полномочия руководителя;

свидетельство о государственной регистрации юридического лица, ИНН;

копии договоров (актов выполненных работ) на распространение рекламы медицинских услуг с текстом: «Лучшая цена! Металлические брекеты МТХ, керамические брекеты, циркониевая коронка, виниры, металлокерамика, лечение кариеса»;

сведения о лице, которое изготовило, утвердило и распространило вышеуказанную рекламу медицинских услуг;

письменные пояснения данного лица по факту изготовления, утверждения и распространения вышеуказанной рекламы медицинских услуг;

информация о видах деятельности осуществляемых ООО «СБК» в 2018, в 2019 г., информацию о местах осуществления каждого вида деятельности (адреса осуществления деятельности) с приложением подтверждающих документов;

иные документы и сведения, имеющие значение для дела, при наличии возражений – нормативное и документальное их обоснование.

В случае если какие-либо пункты не реализованы (отсутствуют), указать мотивированную причину отсутствия данных документов или сведений.

При подготовке ответа на данный запрос, просим формировать ответ по пунктно, согласно списку запрашиваемой информации, а также в сопроводительном письме необходимо указать ссылку на исходящий номер <...> указанный в левом верхнем углу первой страницы запроса.

Непредставление в установленный срок сведений по требованию антимонопольного органа, либо представление заведомо недостоверных сведений (информации) влечёт наложение административного штрафа, предусмотренную частью 5 статьи 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, на граждан в размере от одной тысячи пятисот до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц – от десяти тысяч до пятнадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от пятидесяти тысяч до пятисот тысяч рублей.

Явка ответчика в лице ООО «Мегадентплюс» и ООО «СБК», в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, обязательна.

<...>

(должностное лицо)