

Резолютивная часть решения объявлена 10 апреля 2017 года.

Исходное дело Пензенского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии:

рассмотрев дело № 3-01/04-2017 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, возбужденное в отношении ООО «xxx» по факту распространения в феврале 2017 года на поисковой странице Яндекс в сети Интернет рекламы стоматологии «Стоматов FAMILY» со слоганом «лучшая стоматология Пензы», содержащей признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 18.12.2006 № 38-ФЗ «О рекламе (далее – ФЗ «О рекламе»)),

на основании

УСТАНОВИЛА:

Исходное дело Пензенского УФАС России от 20.02.2017 поступило заявление гражданина по поводу рекламы стоматологии «Стоматов FAMILY» со слоганом «лучшая стоматология Пензы», распространяемой на поисковой странице Яндекс в сети Интернет.

В соответствии с заявлением заявителя, данная реклама является недостоверной, так как в рекламе не указано, по каким критериям стоматология «Стоматов FAMILY» называет себя «лучшей стоматологией Пензы».

Исходным делом Пензенским УФАС России определением от 28.02.2017 по факту распространения рекламы со слоганом «лучшая стоматология Пензы» в сети Интернет возбуждено дело № 3-04-2017 по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе». К участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечено ООО «xxx».

Исходным делом Пензенского УФАС России от 10.03.2017 № 821-3 рассмотрение дела № 3-04-2017 откладывалось, срок рассмотрения дела был продлен до 28.05.2017.

На заседании Комиссии 10.04.2017 представитель ООО «xxx» подтвердила факты распространения в 2017 г. рекламы со слоганом «лучшая стоматология Пензы» на поисковой странице Яндекс в сети Интернет. Факт нарушения законодательства о рекламе признала.

На основании представленных документов, заслушав пояснения лиц, участвующих в рассмотрении дела, Комиссия пришла к следующему выводу.

В феврале 2017 года на поисковой странице Яндекс в сети Интернет распространялась реклама стоматологии «Стоматов FAMILY» со слоганом «лучшая стоматология Пензы».

В соответствии со статьёй 3 Федерального закона «О рекламе» рекламой является информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на

лечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание репутации к нему и его продвижение на рынке. При этом под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

и словами, информация, признаваемая рекламой, должна удовлетворять следующим условиям, а именно:

1) предназначаться для неопределенного круга лиц;

2) призывать, формировать и поддерживать интерес к объекту рекламирования;

3) способствовать продвижению объекта рекламирования на рынке.

Неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны отношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования.

Информация со слоганом «лучшая стоматология Пензы», распространяемая на поисковой странице Яндекс в сети Интернет, содержит все определяющие правовые признаки рекламы, позволяющие квалифицировать ее именно в этом качестве и отличить от информации нерекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц, преследует строго заданные цели информирования: формирует и поддерживает интерес к объекту рекламирования (стоматологии «Стоматов FAMILY») и способствует их продвижению на рынке аналогичных услуг (по своему характеру разовым предложением не является), следовательно, является рекламой.

Согласно части 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускается.

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

В этом указанных требований, соответствие действительности сведений, содержащихся в рекламе, должно быть документально подтверждено.

При рассмотрении дела установлено, что в рекламе стоматологии «Стоматов FAMILY», размещенной на поисковой странице Яндекс в сети Интернет, используется рекламный слоган: «лучшая стоматология Пензы».

Согласно Большому толковому словарю слово «лучший» имеет следующее значение: 1) то лучше всех, самый хороший.

Исходя из значения слова «лучший», рекламный слоган стоматологии «Стоматов FAMILY» можно толковать как стоматология «Стоматов FAMILY» - лучше всех, самая хорошая.

Слоган «лучшая» свидетельствует о превосходстве стоматологии «Стоматов FAMILY» в сравнении с другими клиниками, поскольку «лучшая» подразумевает, что рекламируемая клиника является первой (лучше всех) из числа других однородных

лк, обладает более высокими достоинствами и преимуществом перед ними во всех сценариях.

ответствии с пунктом 29 Постановления Пленума ВАС РФ «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами федерального закона «О рекламе» № 58 от 11.08.2012, использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например, путем употребления слов «лучший», «лучше», «номер один» и т.д. должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Если реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о свойствах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, произведенными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

Использование в рекламе сравнительной характеристики посредством утверждений в превосходной степени без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, означает возможность проведения такого сравнения по любому критерию.

Если в рекламе не приведены критерии проведения сравнения, невозможно установить обоснованность того, является ли стоматология «Стоматов FAMILY» лучшей стоматологией города. В отсутствие указания критерия сравнения создается впечатление, что рекламируемая компания обладает заявленным преимуществом по всем показателям.

В городе Пензе в настоящее время на товарном рынке работает несколько десятков стоматологий, в том числе индивидуальных предпринимателей, предлагающих аналогичные услуги, оказываемые стоматологией «Стоматов FAMILY».

Таким образом, на котором осуществляет свою деятельность стоматология «Стоматов FAMILY», является конкурентным, и утверждение: «лучшая» носит недостоверный характер.

На этом информация «лучшая стоматология Пензы» в ходе рассмотрения дела фактически не была подтверждена, доказательств, свидетельствующих, что данная стоматология имеет какие-либо преимущества перед другими клиниками, Комиссии не представлено.

Следовательно, в рекламе нарушаются требования пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Согласно пункту 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Согласно части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частями 2-8 статьи 5 настоящего закона несет рекламодатель.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодатель – это изготовитель товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) размещение рекламы лицо.

Данные по делу доказательств и установленные обстоятельства свидетельствуют о том, что нарушение законодательства о рекламе в данном случае содержится в действиях лица, распространившего рассматриваемую рекламу, т.е. ее рекламодателя.

О «xxx».

ывая вышеизложенное, и, основываясь на фактических обстоятельствах дела, комиссия пришла к выводу, что ООО «xxx» нарушило требования пункта 1 части 3 статьи «О рекламе».

асно статье 1 Закона о рекламе, целями данного закона являются развитие рынков 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 с пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Согласно статье 33 Закона о рекламе предусмотрены полномочия антимонопольного органа на осуществление государственного надзора в сфере рекламы, в частности, выдавать предписания рекламодателям, рекламораспространителям, рекламопроизводителям о выполнении предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В ходе рассмотрения дела Комиссии Пензенского УФАС России доказательств совершения нарушения требований пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» в рекламе с логотипом «лучшая стоматология Пензы», размещенной на поисковой странице Яндекс и Интернет, ООО «xxx» представлено не было.

В соответствии с чем Комиссия Пензенского УФАС России считает целесообразным выдать предписание о прекращении нарушения требований пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Согласно части 4 статьи 38 ФЗ «О рекламе» нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь частью 2 пункта 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 от 17.08.2006 № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

признать ненадлежащей рекламу со слоганом: «лучшая стоматология Пензы», распространяемую ООО «xxx» на поисковой странице Яндекс в сети Интернет в феврале

г., поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать рекламодателю – ООО «xxx» предписание о прекращении нарушения
часть 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Пензенского УФАС
и для возбуждения дела об административном правонарушении,
предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об
административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 12 апреля 2017 года.