

Резолютивная часть решения объявлена 10 апреля 2017 года.

Сессия 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»)),

в присутствии

УСТАНОВИЛА:

Пензенское УФАС России 20.02.2017 поступило заявление гр-ки 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».

Пензенским УФАС России определением от 28.02.2017 по факту распространения рекламного слогана «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».

В соответствии с определением 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.

Взвесив представленные документы, заслушав пояснения лиц, участвующих в рассмотрении дела, Комиссия пришла к следующему выводу.

В феврале 2017 года на поисковой странице Яндекс в сети Интернет распространялась информация 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 11.01.2012, 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 достоинствах 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 подтверждена не была, 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.

ОО «xxx».

Исходя из вышеизложенного, и, основываясь на фактических обстоятельствах дела, Комиссия пришла к выводу, что ООО «xxx» нарушило требования пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

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 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 обязательные к исполнению предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

Исходя из того, 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.