

Управление Федеральной антимонопольной службы  
по Республике Коми

Определение

О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА № 011/05/5-830/2021  
И НАЗНАЧЕНИИ ДЕЛА К РАССМОТРЕНИЮ

21 октября 2021 года

№ 03-01/7822

г. Сыктывкар

<...> (по адресу)

**ООО «Социальный  
стоматологический центр  
«Классика»**

Карла Маркса ул., д. 117,  
помещение Н-9,

г. Сыктывкар, 167000

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее – Коми УФАС России) по рассмотрению дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, <...>, рассмотрев заявление <...> (далее – <...>, заявитель) по факту нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

#### УСТАНОВИЛА:

В Коми УФАС России поступило заявление <...> вх. № Г-98 от 28.09.2021 о нарушении рекламного законодательства при распространении рекламы в социальной сети «ВКонтакте» на странице сообщества «Стоматологический Центр Классика г. Сыктывкар» (<https://vk.com/club130195729>).

По результатам рассмотрения заявления установлено следующее.

На странице сообщества «Стоматологический Центр Классика г. Сыктывкар» в социальной сети «ВКонтакте» (<https://vk.com/club130195729>) 15.09.2021 в 11 час. 28 мин. размещено сообщение следующего содержания: «! ВЫ БУДЕТЕ В ВОСТОРГЕ ! Спешим сообщить Вам отличную новость! Лучший врач-ортодонт Республики Коми работает в нашей клинике. Данный специалист уже зарекомендовал себя очень хорошо в данной сфере. Установка брекетов по лигатурной системе уже устарела, а на смену ей пришла наиболее популярная сейчас система - «Damon Q». Почему же она так популярна? Она имеет множество преимуществ: Не требует частой корректировки (раз в два/два с половиной месяца); Она также применяется для лечения самых трудных и запущенных случаев, подходит для исправления любого вида прикуса. Данная система разработана для комфортного лечения пациентов, она имеет удобную форму и гладкие края, а также небольшие размеры и удобные защелки. Стоимость услуги составит: обе челюсти под ключ 168.000 . ! БОНУС ! Действует рассрочка до 1 года. Рассрочка внутренняя, без банков. Записаться на бесплатную консультацию к врачу Вы можете позвонив по телефону: <...> (WhatsApp, Viber) Стоматология находится по адресу: ул. Карла- Маркса, 117 Также у нас есть свой сайт и аккаунт в Инстаграм. С заботой о Вас, стоматология «Классика» ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ. НЕОБХОДИМА КОНСУЛЬТАЦИЯ СПЕЦИАЛИСТА. 18+». Под сообщением размещены фотографии зубов, в том числе с установленными брекетами.

В соответствии с положениями, установленными п. 1 ст. 3 Закона о рекламе, реклама – 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.

Из материалов заявления усматривается, что <https://vk.com/club130195729> является страницей в социальной сети «ВКонтакте» лица, оказывающего услуги в Социальном стоматологическом центре «Классика» г. Сыктывкара. Указанная страница в социальной сети содержит сведения об оказываемых услугах, специалистах стоматологического центра, а также контактную информацию.

Вместе с тем содержание, стиль оформления и подачи рассматриваемой информации свидетельствуют о направленности на привлечение внимания неопределенного круга лиц – посетителей страницы Интернет-сайта к предлагаемой услуге по установке брекетов по системе «Damon Q» с указанием преимуществ данной системы и специалиста, непосредственно оказывающего услугу.

В связи с чем, усматривается, что рассматриваемая информация направлена не столько на информирование потребителей о деятельности организации и оказываемых услугах, сколько на выделение конкретной услуги среди однородных услуг. Подобный способ размещения информации подпадает под признаки рекламы.

Таким образом, указанная информация содержит следующие признаки рекламы:

- распространена посредством размещения в сети Интернет на странице сообщества «Стоматологический Центр Классика г. Сыктывкар» в социальной сети «ВКонтакте»;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования – стоматологии «Классика», услуге по установке брекетов по системе «Damon Q», рассрочке, формированию или поддержание интереса к ним, и их продвижение на рынке.

При таких обстоятельствах указанная информация является рекламой (далее – рассматриваемая реклама).

В силу ч. 1 ст. 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с п. 1 ч. 3 ст. 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.

В п. 29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указано, что при рассмотрении дел о признании рекламы недостоверной судам необходимо исходить из следующего. 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).

Рассматриваемая реклама содержит указание на лучшего врача-ортодонта Республики Коми, который работает в рекламируемой клинике.

Заявитель указывает, что реклама содержит слово «лучший», которое означает не только «хороший, наилучший» (Толковый словарь русского языка Ушакова Д.Н.), но несёт смысловую нагрузку, связанную с выражением превосходной степени; в сочетании с названием клиники, специализирующейся на оказании стоматологических услуг, фраза «Лучший врач-ортодонт Республики Коми работает в нашей клинике» воспринимается буквально, при этом форма выражения рекламной информации исключает двусмысленность её восприятия.

Как указывает заявитель, в Республике Коми большое количество врачей-ортодентов, практикующих установку брекетов по системе «Damon Q». Заявитель полагает, что употребление слова «лучший» в совокупности со ссылкой на Стоматологический центр «Классика» создаёт неверное представление о том, что рекламируемый врач-ортодонт находится в более лучшей позиции, включая качество услуг, квалификацию, познания и опыт в сфере врачебной деятельности, тем самым стимулирует интерес потребителей к услугам данной клиники, поддерживает заинтересованность в них, влияя в целом на продвижение своих услуг на рынке.

В тексте рекламы не указано, по каким показателям врача-ортодонта, работающего в Стоматологическом центре «Классика», можно считать лучшим по Республике Коми.

Таким образом, рассматриваемая реклама не содержит указания

конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

В связи с чем, рассматриваемая реклама размещена с признаками нарушения требований п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.

В силу ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе за нарушение требований, установленных п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе, ответственность несёт рекламодатель.

Частью 8 ст. 38 Закона о рекламе предусмотрено, что рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в ч. 6 настоящей статьи, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно п. 6 ст. 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Из имеющихся материалов усматривается, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Социальный стоматологический центр «Классика».

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 24, 25 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утверждённых Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922,

### **ОПРЕДЕЛИЛА:**

1. Возбудить производство по делу № 011/05/5-830/2021 по признакам нарушения п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

2.1. заявителя – <...>;

2.2. лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, – ООО «Социальный стоматологический центр «Классика», адрес места нахождения: 167000, Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Карла Маркса, д. 117, помещение Н-9, ОГРН 1141101002140, ИНН 1101149288, КПП 110101001.

3. Назначить дело № 011/05/5-830/2021 к рассмотрению **на 18 ноября 2021 года на 14 часов 10 минут** по адресу: Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Интернациональная, д. 160, корпус А.

4. **ООО «Социальный стоматологический центр «Классика» в срок не позднее 16 ноября 2021 года** представить следующие копии документов и письменную информацию:

4.1. О рекламодателе, рекламопроизводителе и рекламораспространителе рассматриваемой рекламы, с указанием по каждому такому лицу: полного наименования, адреса места нахождения, Ф.И.О. руководителя, тел./факса – для юридических лиц; Ф.И.О., адреса места регистрации – для физических лиц.

4.2. Копии всех документов со всеми изменениями, дополнениями и приложениями (в том числе, приказов, распоряжений, заявок, договоров, счетов, счетов-фактур, платежных поручений, актов выполненных работ, электронной переписки), опосредующих производство и распространение рассматриваемой рекламы.

4.3. Письменные пояснения каждого последовательно совершенного действия, направленного на производство и распространение рассматриваемой рекламы.

4.4. Поясняющие, кто определил содержание рассматриваемой рекламы, её наполнение, кем, когда и каким образом одобрена (утверждена, согласована) реклама; в случае если реклама не утверждалась и не согласовывалась, представьте соответствующую поясняющую письменную информацию с указанием причин непринятия мер по согласованию.

4.5. Доказательства соответствия действительности содержащегося в рассматриваемой рекламе утверждения «Лучший врач-ортодонт Республики Коми работает в нашей клинике».

4.6. О причинах распространения рассматриваемой рекламы без учёта требований п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.

4.7. О должностном лице ООО «Социальный стоматологический центр «Классика», ответственном за соблюдение Обществом рекламного законодательства применительно к рассматриваемой ситуации (с приложением копий приказа о назначении на должность, должностной инструкции, служебного контракта (договора, соглашения) со всеми дополнениями, изменениями на дату представления документов и указанием сведений о фактическом месте жительства должностного лица).

4.8. Письменные объяснения должностного лица, указанного в пункте 4.7 настоящего определения, поясняющие обстоятельства распространения рассматриваемой рекламы без учёта требований п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о

рекламе, в том числе входил ли в должностные обязанности указанного должностного лица контроль за соответствием распространяемых рекламных материалов требованиям рекламного законодательства в период распространения рассматриваемой рекламы, со ссылкой на должностную инструкцию.

4.9. Паспортные данные (копию со 2-ой по 7-ую страницы паспорта) должностного лица, указанного в пункте 4.7 настоящего определения, с указанием даты и места рождения, адреса регистрации по месту жительства.

4.10. Иные документы и письменную информацию, имеющие значение для рассмотрения дела (при наличии).

5 . <...> вправе (с паспортом) явиться лично и (или) обеспечить явку представителя (с надлежащим образом оформленной доверенностью) для участия в рассмотрении дела, либо письменно сообщить о возможности рассмотрения дела в своё отсутствие **в срок до 16 ноября 2021 года.**

6. **ООО «Социальный стоматологический центр «Классика»** вправе обеспечить явку руководителя (с паспортом и документами, удостоверяющими служебное положение) и (или) представителя (с надлежащим образом оформленной доверенностью) для участия в рассмотрении дела, либо письменно сообщить о возможности рассмотрения дела в отсутствие представителя Общества **в срок до 16 ноября 2021 года.**

**Примечание:**

При ответе на настоящее определение необходимо соблюдение нумерации пунктов, по приложениям необходимо указать, к какому пункту определения они прилагаются, с указанием номера пункта.

В случае отсутствия документов и письменной информации по отдельным пунктам настоящего определения укажите на их отсутствие с пояснением причин отсутствия и указанием источника, где запрашиваемое может быть получено.

Представленное на определение должно быть подписано уполномоченным лицом, прилагаемые копии надлежащим образом заверены, подтверждена их достоверность и полнота.

**В соответствии с ч. 6 ст. 19.8 Кодекса Российской Федерации об**

**административных правонарушениях непредставление в Федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных законодательством о рекламе, а равно представление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо представление недостоверных сведений (информации) – влечет наложение административного штрафа.**

Председатель комиссии

<...>