

## РЕШЕНИЕ

08 ноября 2018 года г. Челябинск, пр. Ленина, 59

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области (далее – Челябинское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель Комиссии: <...> – заместитель

руководителя Управления -

начальник отдела контроля за рекламой и

недобросовестной конкуренцией;

члены Комиссии: <...>, главный специалист-эксперт

отдела контроля за рекламой и

недобросовестной конкуренцией;

<...>, специалист-

эксперт отдела контроля за рекламой

и недобросовестной конкуренцией,

рассмотрев дело № 47-08/2018, возбужденное в отношении ООО «Клиника доктора Куликова» по факту распространения рекламы лица с коммерческим обозначением «Швейцарская стоматология» с признаками нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе»,

в присутствии представителей ООО «Клиника доктора Куликова», <...>общества <...>, представителя по доверенности <...> от <...> года <...>,

в отсутствие Заявителя, надлежащим образом уведомленного о времени и месте рассмотрения дела,

в отсутствие ООО «Априори», надлежащим образом уведомленного о времени и месте рассмотрения дела,

**УСТАНОВИЛА:**

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области (далее – Челябинское УФАС России) поступило обращение физического лица о ненадлежащей рекламе лица с коммерческим обозначением «Швейцарская стоматология», размещенной в средствах массовой информации и информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» с признаками нарушения рекламного законодательства.

В заявлении указано, что под коммерческим обозначением «Швейцарская стоматология» осуществляет деятельность ООО «Клиника доктора Куликова». По мнению Заявителя, в рекламе незаконно используется название страны – Швейцария и производные от него слова «швейцарская», «швейцарское» и т.п., словосочетания «лучших специалистов», «премиальный сервис» и т.п., то есть информация о преимуществах клиники и т.п., а также содержащая некорректное сравнение с конкурентами и их товарами, что является недопустимым и вводит в заблуждение потребителей.

В заявлении перечислены места размещения рекламы:

на радиостанции «Олимп», осуществляющей вещание на частоте 104.5 FM,

на официальном Интернет-сайте ООО «Клиника доктора Куликова» [swissdental.ru](http://swissdental.ru),

в журналах «Я покупаю» от июня 2017 года, от августа 2017 года, от ноября 2017 года

в журналах «План Б» от августа 2017 года, от сентября 2017 года, от июня 2017 года,

в журнале «UNO» № 8 от ноября 2017 года,

в социальных сетях: ВКонтакте по адресу: <https://vk.com/swissdental74>, Instagram по адресу: [swissdental74](https://www.instagram.com/swissdental74), Одноклассники по адресу: <https://ok.ru/group/53628737159249>, Facebook по адресу: <https://www.facebook.com/swissdental74/?pnref=lhs>, а также Instagram.

В целях проверки доводов заявления и получения рекламных материалов Челябинское УФАС России направило запросы в адрес ООО «ВКонтакте», ООО «Информационно-выставочный альянс» (журнал «План Б»), ООО «ИнтерСервисЧелябинск» (журнал ЯПокупаюЧелябинск), ООО «РадиоОлимп», которые представили в антимонопольный орган документы, подтверждающие наличие правоотношений с ООО «Клиника доктора Куликова» на размещение информации (договоры, соглашения и т.п.).

- «Клиника доктора Куликова» в письменных пояснениях вх. № 11943 от 30.08.2018, вх. № 12403 от 10.09.2018, вх. № 15231 от 06.11.2018 указало, что на Интернет-сайте общества и его страницах в социальных сетях «ВКонтакте» и т.д. размещена информация о деятельности клиники, её услугах и специалистах, сертификатах, используемом оборудовании и

материалах. Так, словосочетание «стандарты лучших европейских стоматологий» употребляется в том значении, что в клинике используются стандарты лучших европейских стоматологий, а также обозначается стремление к этим стандартам. Главный врач клиники <...> ежегодно посещает международные стоматологические конгрессы в США, Германии, Швейцарии, Италии, ОАЭ, Монако, является членом европейской Ассоциации Остеоинтеграции, что подтверждается сертификатами. Главный врач клиники Куликов В. является опинион-лидером (ведущим экспертом) в России Швейцарской компании «Thommen Medical Russia», что подтверждается документально. При лечении пациентов клиника использует швейцарские материалы, а именно: при установке имплантов, применяются импланты и инструменты от швейцарских производителей под марками «Thommen Medical», «Straumann». Клиника предлагает пациентам средства гигиены полости рта производства Швейцария. Также в работе при лечении пациентов, используются аппараты от швейцарских производителей «EMS», «Bien Air». «Клиника доктора Куликова» является официальным партнером и клиническим центром по внедрению в практику имплантов от швейцарских производителей под марками «Thommen Medical», «Straumann». На Интернет-сайте [swissdental74](http://swissdental74) общества размещены положительные отзывы о работе клиники, частности от руководителя ВИА Ариэль и заслуженного артиста России <...> и участника ВИА Ариэль <...> и др. В социальной сети «Вконтакте» на странице общества размещен, в том числе положительный отзыв о работе клиники от <...>. Реклама, размещенная в журналах «Я покупаю», «План Б», содержит информацию о комплексе «Bien Air» и мнение Куликова В. о протезировании и не нарушает рекламное законодательство. Реклама, размещенная на радио «Олимп» с информацией о главном враче клиники Куликове В. содержит достоверные сведения «Безупречная имплантация», «из ведущих имплантологов мира...», что подтверждается документами, представленными обществом в антимонопольный орган. Вопросы приведения информации в готовую для распространения в виде рекламы форму и ее соответствия требованиям рекламного законодательства рассматривались в рамках договорных отношений «Клиника доктора Куликова» и рекламного агентства «Априори» города Челябинска.

По мнению ООО «Клиника доктора Куликова», в рекламе не использовались слова «лучший», «первый», «номер один», присутствовали другие по значимости варианты, например «стандарты лучших стоматологий», то есть многих лучших, которых может быть много, но не единственных в своем роде и т.п.

ООО «Априори» в письменных пояснениях вх. № 15223 от 02.11.2018 указало, что в рамках договорных отношений с ООО «Клиника доктора Куликова» осуществляло разработку сценария радиоролика, дизайн трех полос для размещения в журналах и разработку Интернет-сайта ООО «Клиника

доктора Куликова». Даты и места размещения рекламных материалов ООО «Априори» не известны, поскольку распространение рекламы осуществлялось без участия ООО «Априори». Каких-либо работ по социальным сетям клиники ООО «Априори» не проводило. По условиям договора между ООО «Априори» и ООО «Клиника доктора Куликова» ответственность за соблюдение рекламного законодательства возложена на Заказчика, то есть на ООО «Клиника доктора Куликова». По мнению ООО «Априори», ООО «Клиника доктора Куликова» имеет полное право использовать в рекламе слова и словосочетания «безупречное качество», «стандарты лучших», «эксклюзивное качество», «уникальные услуги», «лучших специалистов», «непревзойденные», «исключительно комфортный», «самыми высокопроизводительными», «команда непревзойденных специалистов», «лучших специалистов и премиальный сервис», «настоящие профессионалы», «безупречную», «эксперт по внедрению передовых технологий» и т.п. по причине наличия объективных подтверждений в виде многочисленных сертификатов, в том числе международных.

*Рассмотрев заявление и материалы, заслушав доводы ООО «Клиника доктора Куликова», Комиссия приходит к следующим выводам.*

1. На главной странице Интернет-сайта [swiss-dental.ru](http://swiss-dental.ru) присутствует баннер с информацией: «Швейцарская стоматология в Челябинске. Для тех, кто ценит качество», а также сведения:

«безупречное качество лечения»,

«стандарты лучших европейских стоматологий, швейцарская точность и безупречное качество теперь доступны в самом сердце Челябинска — деловом центре «Челябинск-Сити». Больше не нужно ехать за границу, чтобы получить эксклюзивное качество лечения и особое отношение. Уникальные услуги для самых требовательных пациентов мы можем предоставить здесь — в клинике «Швейцарская стоматология»;

«Куликов Вячеслав Валерьевич. Главный врач и основатель Швейцарской стоматологии»;

«лучших специалистов»;

«непревзойденные стоматологические установки»;

«исключительно комфортный зал ожидания»;

«цифровой 3 D томограф нового поколения»;

«инновационные методы имплантации. Трабекулярные импланты ZIMMER....», «нивелирует риск отторжения...»;

«прибор BienAir оснащен самыми высокопроизводительными в мире инструментами...снижает вероятность отторжения импланта, исключает болезненные ощущения в послеоперационный период...»,

«команда непревзойденных специалистов...»

Факт размещения данных сведений подтверждается актом осмотра № 35-2018 от 04.04.2018, составленным специалистами Челябинского УФАС России.

Согласно письму регистратора доменного имени swiss-dental.ru ООО «Регистратор Р01» вх. № 4846 от 10.04.2018 на запрос Челябинского УФАС России администратором доменного имени swiss-dental.ru с 10.02.2016 по настоящее время является гр. <...>

В социальной сети <https://vk.com/swissdental74> присутствует информация: «Швейцарская стоматология. Для тех, кто ценит качество. Стандарты лучших европейских стоматологий, швейцарская точность и безупречное качество теперь доступны в самом сердце Челябинска — деловом центре «Челябинск-Сити». Больше не нужно ехать за границу, чтобы получить эксклюзивное качество лечения и особое отношение. Уникальные услуги для самых требовательных пациентов мы можем предоставить здесь — в клинике «Швейцарская стоматология».

Факт размещения информации подтверждается актом осмотра № 39-2018 от 04.04.2018, составленным специалистами Челябинского УФАС России.

Согласно письму ООО «ВКонтакте» вх. № 6395 от 14.05.2018 на запрос Челябинского УФАС России создателем сообщества «Швейцарская стоматология» является пользователь <...>, администраторы <...>, редактор <...>.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального 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.

Согласно письму ФАС России от 28.08.2015 N АК/45828/15 «О рекламе в сети «Интернет» не является рекламой информация о производимых или реализуемых товарах, размещенная **на сайте производителя или продавца данных товаров** или **на страницах в социальных сетях производителя или продавца данных товаров**, если указанные сведения предназначены для информирования посетителей сайта или страницы в социальной сети о реализуемых товарах, ассортименте, правилах пользования, также не

является рекламой информация о хозяйственной деятельности компании, акциях и мероприятиях, проводимых данной компанией и т.п. Однако в отдельных случаях, когда размещаемая на сайте информация направлена не столько на информирование потребителя об ассортименте товаров или деятельности компании, сколько на привлечение внимания к конкретному товару и его выделение среди однородных товаров (например, всплывающий баннер), такая информация может быть признана рекламой.

ФАС России в письме вх. № 13930 от 09.10.2018 по запросу Челябинского УФАС России об отнесении информации в виде всплывающих баннеров к рекламе, размещенной на официальном сайте в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» сообщило, что не каждый всплывающий баннер может рассматриваться в качестве рекламы. Так, по мнению специалистов ФАС России, к рекламе может быть отнесен баннер на главной странице сайта, если он не исчезает после перехода с главной страницы в иные разделы сайта и сохраняется на своем месте.

Из материалов дела усматривается, что на главной странице сайта [swiss-dental.ru](http://swiss-dental.ru) содержится баннер с информацией о деятельности клиники, её услугах и т.п., при переходе в другие разделы сайта, указанная информация исчезает. Таким образом, информация, размещенная в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на Интернет-ресурсе [swiss-dental.ru](http://swiss-dental.ru) не может рассматриваться в качестве рекламы, так как размещена непосредственно на официальном сайте компании и предназначена для информирования посетителей сайта о деятельности клиники и её услугах.

Также не может рассматриваться в качестве рекламы информация о деятельности клиники, размещенная на страницах ООО «Клиника доктора Куликова» в социальной сети «ВКонтакте» по адресу: <https://vk.com/swissdental74>, Instagram по адресу: [swissdental74](https://www.instagram.com/swissdental74), Одноклассники по адресу: <https://ok.ru/group/53628737159249>, Facebook по адресу: <https://www.facebook.com/swissdental74/?pnref=lhc>, а также Instagram, ссылки на которые присутствуют в обращении в антимонопольный орган.

Учитывая изложенное, на такую информацию положения Федерального закона «О рекламе» не распространяются.

С учетом писем ФАС России от 28.08.2015 N АК/45828/15, вх. № 13930 от 09.10.2018 о не рекламном характере информации, размещенной на сайте производителя или продавца товаров или на страницах в социальных сетях производителя или продавца товаров признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» при размещении информации на Интернет-сайте ООО «Клиника доктора Куликова» [swiss-dental.ru](http://swiss-dental.ru) и его страницах в социальных сетях не подтвердились.

2. В журнале «План Б» № 53 (август 2017) размещена публикация «Швейцарская стоматология» с информацией: «**Первая** автоматизированная имплантация с BienAir... **Передовой** швейцарский стоматологический комплекс последнего поколения был разработан, чтобы исключить любую вероятность ошибки при проведении имплантации. Весь процесс полностью контролируется программой: все от последовательности действий и выбора инструмента с необходимыми параметрами до задания режима работы. Вячеслав Куликов. Главный врач и основатель Швейцарской стоматологии. 19 лет клинической практики, 12 000 **успешных** имплантаций. Мы используем только **лучшее** из возможного. Ведь только так можно достичь **высочайшего** качества работы и **пожизненного** срока службы установленных имплантов. ...» (далее – Реклама 1);

в журнале «План Б» № 51 (июнь 2017) размещена публикация «Уважаемые друзья. **Стандарты лучших** европейский стоматологий, швейцарская точность и **безупречное качество** теперь доступны и в самом сердце Челябинска – деловом центре «Челябинск-Сити». Больше не нужно ехать за границу, чтобы получить **эксклюзивное качество лечения** и **особое отношение**. **Уникальные услуги** для самых требовательных пациентов мы можем представить здесь – в клинике «Швейцарская стоматология». Вячеслав Куликов. Главный врач и основатель Швейцарской стоматологической клиники. Компьютерный 3D томограф нового поколения. Прецизионный дентальный микроскоп Carl Zeiss. **Непревзойденные** стоматологические установки Sirona. Инновационный метод точной имплантации. **Сверхпрочные** коронки из диоксида циркония. Трабекулярные импланты Zimmer. Клиника сертифицирована Швейцарским производителем передовых имплантационных систем «Thommen Medical»...» (далее – Реклама 2);

в журнале «План Б» № 54 (сентябрь 2017) размещена публикация «Швейцарская стоматология. Цифровое протезирование со швейцарской точностью» с информацией: «CEREC – это **комплекс передовых** технологий компании Sirona, разработанный в Швейцарии и использующий **все преимущества** компьютерного моделирования и высокоточных CAD/CAM систем для протезирования на зубах и системах имплантов ведущих мировых производителей. Николай Иванов. Ортопед-стоматолог. 11 лет клинической практики. С моим опытом в ортопедии я могу с уверенностью **гарантировать успешное** протезирование по любой известной технологии. Но сам отдаю предпочтение технологиям от SIRONA, потому что им **нет равный по совершенству получаемого результата**» (далее – Реклама 3);

в журнале «План Б» № 50 (апрель 2017) размещена публикация «Швейцарская стоматология. **Безупречное качество лечения**» с информацией: «Создавая Швейцарскую стоматологию я думал о людях с **особыми требованиями к качеству** и комфорту. Я представлял клинику, которая объединит **лучших специалистов** и **премиальный сервис** с оборудованием и материалами **последнего поколения**. И я уверен - у меня это получилось. Приходите в гости

и убедитесь сами! Вячеслав Куликов. Главный врач и основатель клиники «Швейцарская стоматология», 19 лет клинической практики, член швейцарского научного сообщества... Высокоточное лечение зубов под микроскопом. Компьютерный 3D томограф нового поколения. Новое безопасное отбеливание Philips ZOOM-4. Высокотехнологичные швейцарские импланты. Эстетическая реставрация...» (далее – Реклама 4).

Факт размещения Рекламы 1,2,3,4 подтверждается письмом редакции журнала «План Б» ООО «Информационно-выставочный альянс» вх.№6163 от 08.05.2018 и представленными материалами: копию договора № 633 возмездного оказания услуг от 28.11.2016 г., копии актов об оказании услуг, копии платежных поручений, копии согласованных макетов (4 листа), Журналы «План Б» №50 (апрель) 2017 г., №51 (июнь) 2017 г., №53 (август) 2017 г., №54 (сентябрь) 2017 г.

3. В журналах «Я Покупаю Челябинск» с мая по ноябрь 2017 года размещены публикации с информацией:

«Швейцарская стоматология. **Безупречное качество** лечения. Создавая Швейцарскую стоматологию я думал о людях с **особыми требованиями к качеству** и комфорту. Я представлял клинику, которая объединит **лучших специалистов** и премиальный сервис с оборудованием и материалами **последнего поколения**. И я уверен - у меня это получилось. Приходите в гости и убедитесь сами! Главный врач и основатель клиники «Швейцарская стоматология», 19 лет клинической практики, член швейцарского научного сообщества... Высокоточное лечение зубов под микроскопом. Компьютерный 3D томограф нового поколения. Новое безопасное отбеливание Philips ZOOM-4. Высокотехнологичные швейцарские импланты. Эстетическая реставрация...» (далее – Реклама 5);

«Художник идеальной улыбки...**здесь собрались настоящие профессионалы**. В клинике мы используем **самое современное оборудование и материалы**, что позволяет проводить лечения максимально безболезненно и достигать долгосрочных и высокоэстетичных результатов, Обратившись к нам, вы получите взвешенную оценку ситуации всех специалистов...» (далее – Реклама 6),

«Швейцарская стоматология. Синергия профессионализма. **Профессиональная команда первоклассных докторов** - вот что должна представлять из себя современная европейская клиника...» (далее – Реклама 7),

«Швейцарская стоматология. **Первая** автоматизированная имплантация с BienAir...**Передовой** швейцарский стоматологический комплекс последнего поколения был разработан, чтобы исключить любую вероятность ошибки при проведении имплантации. Весь процесс полностью контролируется



программой: все от последовательности действий и выбора инструмента с необходимыми параметрами до задания режима работы. Вячеслав Куликов. Главный врач и основатель Швейцарской стоматологии. 19 лет клинической практики. 12 000 **успешных** имплантаций. Мы используем только **лучшее из возможного**. Ведь только так можно достичь **высочайшего качества** работы и **пожизненного срока** службы установленных имплантов...» (далее – Реклама 8),

«Швейцарская стоматология. Цифровое протезирование со швейцарской точностью» с информацией: «CEREC – это комплекс **передовых** технологий компании Sirona, разработанный в Швейцарии и использующий **все преимущества** компьютерного моделирования и высокоточных CAD/CAM систем для протезирования на зубах и системах имплантов **ведущих** мировых производителей. Николай Иванов. Ортопед-стоматолог. 11 лет клинической практики. С моим опытом в ортопедии я могу **с уверенностью гарантировать успешное** протезирование по любой известной технологии. Но сам отдаю предпочтение технологиям от SIRONA, потому что **им нет равный по совершенству получаемого результата...**» (далее – Реклама 9).

«Швейцарская стоматология. Лечение десен по швейцарской методике. **Уникальная разработка** всемирно известной компании...**Самый эффективный в мире препарат для лечения пародонита** Straumann Emdogain...» (далее – Реклама 10)

Факт размещения Рекламы 5,6,7,8,9,10 подтверждается письмом ООО «ИнтерСервисЧелябинск» (журнал ЯПокупаюЧелябинск) вх. № 5467 от 23.04.2018 и представленными материалами (договор на оказание рекламных услуг № 1919 от 25.04.2017, согласованные макеты, копии платежных поручений).

4. В рекламе, размещенной в феврале 2018 года на радиостанции «Олимп Челябинск» (104,5 FM) присутствует информация: «Швейцарская стоматология представляет **безупречную** имплантацию, проверенную временем по цене 29 тысяч рублей. Прием ведёт Куликов Вячеслав Валерьевич – главный врач клиники, эксперт по внедрению передовых имплантационных технологий из Швейцарии. Запишитесь на консультацию к одному из ведущих имплантологов России. Швейцарская стоматология в Челябинске – безупречная имплантация за 29 тысяч рублей...» (далее – Реклама 11).

Факт размещения Рекламы 11 подтверждается письмом ООО РА «Олимп» вх. №4930 от 11.04.2018 и представленными материалами: аудио запись, договор на размещение рекламы, медиа план рекламной кампании; переписка по электронной почте.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 Федерального 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.

Данная норма вводит ограничительные требования к рекламе, в которой делаются сравнения. Из данного положения вытекает, что допускается сравнительная реклама, носящая правдивый характер. Сравнение может носить характер позитивный (когда свой продукт так же хорош, как и чужой) и негативный (когда свой товар превосносится по сравнению с конкурирующим продуктом).

В пункте 29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указано, что 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).

В Рекламе 1-11 ООО «Клиника доктора Куликова» присутствует описание клиники, её услуг, применяемых материалов и оборудования, квалификация специалистов с использованием сравнительной характеристики путем употребления слов и словосочетаний:

«первой», «передовой», «лучшее из возможного», «высочайшего качества», «пожизненного срока» (Реклама 1);

«стандарты лучших», «безупречное качество», «эксклюзивное качество лечения», «особое отношение», «уникальные услуги», «непревзойденные», «сверхпрочные» (Реклама 2);

«комплекс передовых технологий», «все преимущества», «гарантировать успешное», «нет равных по совершенству получаемого результата» (Реклама 3);

«безупречное качество лечения», «особыми требованиями к качеству», «лучших специалистов», «премиальный сервис», «последнего поколения» (Реклама 4);

«безупречное качество», «особыми требованиями к качеству», «лучших специалистов», «премиальный сервис», «последнего поколения» (Реклама 5);

«здесь собрались настоящие профессионалы», «самое современное оборудование и материалы» (Реклама 6);

«профессиональная команда первоклассных докторов» (Реклама 7);

«первая», «передовой», «успешных», «лучшее из возможного», «высочайшего качества», «пожизненного срока» (Реклама 8);

«передовых», «все преимущества», «ведущих», «с уверенностью гарантировать успешное», «им нет равных по совершенству получаемого результата» (Реклама 9);

«уникальная разработка», «самый эффективный в мире препарат для лечения пародонита» (Реклама 10);

«безупречную имплантацию» (Реклама 11).

В подтверждение достоверности указанных в Рекламе 1-11 сведений о квалификации главного врача клиники ООО «Клиника доктора Куликова» представило цветные копии сертификатов, выполненные на английском языке, без перевода на русский язык; декларации соответствия и регистрационные удостоверения на медицинские изделия, приложения к ним; дистрибьютерское соглашение № 140916 от 07.03.2017 между фирмой «Томмен Медикал Эйджи» и ООО «Геософт Эндолайн», письмо ООО «Геософт Эндолайн» исх. № 12/17 от 01.12.2017 о партнерстве с ООО «Клиника доктора Куликова», сертификаты общества на английском языке.

Указанные документы не содержат сведений о том, что услуги ООО «Клиника доктора Куликова» является уникальными, непревзойденными либо эксклюзивными и т.п.; что специалисты клиники превосходят по профессиональным качествам специалистов иных стоматологических организаций; что материалы и используемое оборудование являются лучшими из возможных, представленных на рынке стоматологических услуг.

Данные документы не являются доказательствами превосходства стоматологии, ее сотрудников над услугами аналогичных организаций, а также уникальности оказываемых услуг, поскольку часть из них не переведены на русский язык, а декларации подтверждают соответствие стоматологического оборудования требованиям государственного стандарта, применяемого к медицинским приборам и аппаратам, что в силу действующего законодательства предусмотрено для всех стоматологических клиник.

- 1-11 с использованием в том, числе прилагательных в превосходной степени «непревзойденные», «сверхпрочные» и т.п., слов «лучших», «самыми» и др. в целом создает впечатление, что ни одно другое

предприятие, действующее на данном рынке и в данном регионе, не имеет таких показателей относительно обеспеченности клиники, профессионализма сотрудников и качества оказываемых услуг, используемых материалов и оборудования.

Ввиду отсутствия документального подтверждения того, что клиника, её услуги, применяемые материалы и оборудование на рынке стоматологических услуг в городе Челябинске являются лучшими из возможных, Реклама 1-10 нарушает пункт 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

На основании части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение требований пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель.

В силу пункта 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодателем рекламы надлежит признать ООО «Клиника доктора Куликова» как продавца медицинских услуг в стоматологической клинике «Швейцарская стоматология» (г. Челябинск, ул. Кирова, д. 159 офисный центр «Челябинск-Сити») в интересах которого была размещена реклама.

Поскольку ООО «Клиника доктора Куликова» не представило материалы, подтверждающие, что распространение Рекламы 1-11 прекращено, Комиссия считает необходимым выдать предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства.

Срок давности привлечения ООО «Клиника доктора Куликова» к административной ответственности за административное правонарушение, предусмотренное частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, составляет один год со дня совершения административного правонарушения (часть 1 статьи 4.5 КоАП РФ).

Реклама 1-10 распространялась в журналах «Я Покупаю Челябинск» с мая по ноябрь 2017 года, в журналах «План Б» с апреля по сентябрь 2017 года. Таким образом, срок давности привлечения общества к административной ответственности за данное нарушение истек в мае 2018 года.

Реклама 11 распространялась на радиостанции «Олимп Челябинск» (104,5 FM) в феврале 2018 года, в связи с чем срок давности привлечения общества к административной ответственности за данное нарушение истекает в феврале 2019 года.

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,  
Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, размещенную; в журнале «План Б» № 53 (август 2017); в журнале «План Б» № 51 (июнь 2017); в журнале «План Б» № 54 (сентябрь 2017); в журнале «План Б» № 50 (апрель 2017); в журналах «Я Покупаю Челябинск» с мая по ноябрь 2017 года; на радиостанции «Олимп Челябинск» (104,5 FM) в феврале 2018 года, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах услуг, специалистов и материалов (оборудования) ООО «Клиника доктора Куликова» перед услугами, специалистами, материалами (оборудованием) других стоматологических клиник, с нарушением требований пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ООО «Клиника доктора Куликова» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Челябинского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении в отношении ООО «Клиника доктора Куликова» и его должностного лица по факту распространения Рекламы 11 на радиостанции «Олимп Челябинск» (104,5 FM) в феврале 2018 года.

Решение может быть обжаловано в суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.