

## РЕШЕНИЕ

по делу № 04-Р-2019

30 мая 2019 г.

г. Чебоксары

Комиссия Чувашского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения Федерального закона от 13.06.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Комиссия) в составе:  
председатель Комиссии: «...»

члены Комиссии:

«...» рассмотрев дело № 04-Р-2019, возбужденное в отношении гражданки «...» по признакам нарушения требований, установленных пунктом 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.06.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), в связи с распространением рекламы, содержащей не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения Закона о рекламе - гражданки «...» (личность установлена по паспорту), в отсутствие заинтересованных лиц; ООО «АСТРЕЯ», ООО «Студия рекламы», надлежащим образом извещенных о дате и времени рассмотрения дела,

### УСТАНОВИЛА:

Чувашским УФАС России, в порядке части 2 статьи 36 Федерального закона от 03.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе) возбуждено дело по признакам нарушения требований пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе в отношении гражданки «...».

Основанием для возбуждения дела послужило осуществленное 11.03.2019 Чувашским УФАС России контрольное мероприятие за соблюдением требований Закона о рекламе на размещение наружной рекламы в границах г. Чебоксары.

Установлено, что на щитовой рекламной конструкции, расположенной в районе многоквартирного жилого дома по адресу г. Чебоксары, пр-т М. Горького, д. 26, между остановками «Кооперативный институт» и «Эльгера», размещена информация следующего содержания.

«АСТРЕЯ центр эстетической медицины «ЛУЧШАЯ КЛИНИКА\*» РОССИИ

\*по итогам всероссийского конкурса «ПАРАД КЛИНИК» 2018 года, проведенного при поддержке Минздрава РФ 07.12.2018 подробная информация на сайте [www.paradclinic.ru](http://www.paradclinic.ru).

Из текста следует, что в содержании информации используется утверждение, что АСТРЕЯ «ЛУЧШАЯ КЛИНИКА\*» РОССИИ».

В подтверждение данного утверждения, в виде сноски, сообщается следующее: «\*по итогам всероссийского конкурса «ПАРАД КЛИНИК» 2018 года, проведенного при поддержке Минздрава РФ 07.12.2018 подробная информация на сайте [www.paradclinic.ru](http://www.paradclinic.ru)».

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе под рекламой понимается 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.

Содержание вышеуказанной информации, соответствует всем квалифицирующим признакам рекламы, определенным статьей 3 Закона о рекламе.

Таким образом, рассматриваемая информация является рекламой и к ней применимы все требования, установленные Законом о рекламе.

По факту изложенной в рекламе информации ООО «АСТРЕЯ» представило в Комиссию пояснения, согласно которым следует, что ООО «АСТРЕЯ» никак не связано с размещением рассматриваемой рекламы на рекламной конструкции, расположенной в вышеуказанном месте.

При этом, ООО «Астрейя» действительно 07.12.2018 участвовало в проведении финала Всероссийского конкурса «Парад клиник 2018», проведенного при поддержке Минздрава РФ, где в числе победителей данного конкурса представлен Центр Эстетической медицины «Астрейя» г. Чебоксары, удостоившийся приза «ЛУЧШАЯ КЛИНИКА».

Из пояснений ООО «Астрейя» следует, что общество планировало в январе 2019 года заключить договор с гражданкой «...» в целях рекламирования своей деятельности, с представлением последней макетов наружной рекламы ООО «Астрейя» для согласования.

При этом, ООО «Астрейя» на момент рассмотрения дела не вступало в какие - либо договорные отношения с гражданкой «...» и не поручало данному лицу распространение рекламы, в том числе, в месте ее обнаружения антимонопольным органом.

Кроме того, в связи с тем, что рассматриваемая реклама явилась предметом реагирования антимонопольного органа, общество произвело демонтаж рекламы на данном щите собственными силами, о чем свидетельствует представленный в материалы дела акт от 20.03.2019 б/н.

При этом, по данному факту, ООО «Астрейя» обратилось за разъяснениями к ООО «Студия рекламы».

Установлено, что в период с 31 января 2017 года по 31 декабря 2018 года ООО «Астрейя» состояло в договорных отношениях с ООО «Студия рекламы» в соответствии с договором № 89/017, предметом которого являлись услуги ООО «Студия рекламы» в сфере размещения рекламы ООО «Астрейя».

Из представленных в материалы дела пояснений ООО «Студия рекламы» установлено, что заказчиком размещения данной рекламы явилась гражданка «...» в соответствии с действующим на момент рассмотрения настоящего дела, договором, представленного в материалы дела, от 22.01.2019 № 156/2019.

Предметом данного договора являлись услуги по изготовлению, монтажу и размещению рекламных информационных материалов на средствах наружной рекламы.

Таким образом, в соответствии с данным договором, со 02 февраля 2019 года рекламная конструкция, расположенная по адресу г. Чебоксары, ул. Горького, д. 26, между остановками «Кооперативный институт» и «улица Эльгера», предоставлялась «...» на основании договора от 22 января 2019 года № 156/2019.

Как следует из материалов дела, макет рассматриваемой рекламы ООО «Студия рекламы» не изготавливался.

Макет рекламы для изготовления постера предоставлялся «...» на электронном носителе, который впоследствии был возвращен «...» без сохранения копий.

Оплата по указанному договору «...» не производилась, в связи с чем, представить документы по оплате оказанных услуг не представляется возможным.

Указанные обстоятельства гражданка «...» в заседании Комиссии подтвердила.

Из представленных в материалы дела пояснений гражданки «...» установлено, что информация была получена с сайта [www.paraklinik.ru](http://www.paraklinik.ru) и текст рассматриваемой рекламы составлен непосредственно ею, без согласования с ООО «АСТРЕЯ».

В соответствии с заключенным договором, местом размещения спорной рекламы явилась рекламная конструкция по адресу г.Чебоксары, пр-т М.Горького, д.26 в период с 01.02.2019 по 20.03.2019 и в настоящее время не размещается.

В заседании Комиссии гражданка «...» пояснила, что не предполагала, что указание в рекламе слогана "«ЛУЧШАЯ КЛИНИКА\*» РОССИИ" может явиться нарушением требований законодательства.

Как следует из пояснений «...», указывая в рекламе "«ЛУЧШАЯ КЛИНИКА\*» РОССИИ", она предполагала привлечь наибольшее количество потенциальных клиентов к услугам ООО «АСТРЕЯ», поскольку сама является клиентом данного общества.

*Оценив и проанализировав представленные в заседании Комиссии материалы и заявленные доводы лиц, участвующих в деле, Комиссия приходит к следующему.*

Общие требования к рекламе установлены статьей 5 Закона о рекламе.

В силу части 1 данной статьи определено, что реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно разъяснениям, изложенным в пункте 9 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (далее – Постановление), определено, что при анализе информации, содержащейся в рекламе, судам необходимо иметь в виду, что рекламодатель несет ответственность за достоверность не только тех сведений, которые относятся к его собственной деятельности (товару), являющейся объектом рекламирования, но и тех сведений, которые относятся к деятельности (товару) его конкурентов, объектом рекламирования не являющейся.

Суды должны учитывать, что при сравнении в рекламе собственных товаров с товарами конкурентов не допускаются сравнение, основанное на несопоставимых критериях, или неполное сравнение товаров, поскольку это искажает представление о рекламируемом товаре и не позволяет объективно оценить его свойства.

Поэтому реклама может быть признана недостоверной и в том случае, когда сведения, не

соответствующие фактическим обстоятельствам, касаются деятельности (товара) конкурентов.

Обстоятельства дела свидетельствуют, что на щитовой рекламной конструкции, расположенной в районе многоквартирного жилого дома по адресу г. Чебоксары, пр-т М. Горького, д. 26, между остановками «Кооперативный институт» и «Эльгера», размещена информация следующего содержания.

«АСТРЕЯ центр эстетической медицины «ЛУЧШАЯ КЛИНИКА\*» РОССИИ

\*по итогам всероссийского конкурса «ПАРАД КЛИНИК» 2018 года, проведенного при поддержке Минздрава РФ 07.12.2018 подробная информация на сайте [www.paradclinic.ru](http://www.paradclinic.ru)».

Исследовав имеющиеся в деле доказательства в совокупности и взаимосвязи, Комиссия пришла к выводу, что в рассматриваемом случае объективное подтверждение того, что ООО «Астрей» действительно является «лучшей клиникой России» по информации сайта [www.paradclinic.ru](http://www.paradclinic.ru), отсутствует, в силу следующего.

Для обыденного сознания потребителей рекламы, в зависимости от их личного социального и индивидуального опыта, характерно множественное понимание смысла того или иного текста рекламы.

В силу чего рекламный слоган «ЛУЧШАЯ КЛИНИКА\*» РОССИИ также может восприниматься потребителями рекламы по - разному, но доминирующим смыслом данного слогана, для обыденного сознания потребителей рекламы, логично является его буквальное толкование - это преимущество перед остальными.

Согласно правовой позиции, изложенной в пункте 29 Постановления, информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителей 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).

При этом, Комиссия, изучив и проанализировав информацию по заданным критериям поиска (сайт [www.paradclinic.ru](http://www.paradclinic.ru)), установила сведения о результатах проведения 07.12.2018 финала Всероссийского конкурса «Парад клиник 2018».

При этом, во Всероссийском конкурсе приняли участие 83 клиники России, где в числе победителей представлен Центр Эстетической медицины Астрей г. Чебоксары, удостоившийся приза «ЛУЧШАЯ КЛИНИКА».

Информации о том, что данный центр является, в том числе, согласно информации сайта, «ЛУЧШЕЙ КЛИНИКОЙ\*» именно России, не усматривается.

В данном случае, общее восприятие рекламы вводит потребителей рекламы в заблуждение, поскольку в спорной рекламе приводятся не обладающие достоверностью сведения о превосходстве (преимущество) объекта рекламирования- «ЛУЧШАЯ КЛИНИКА\*» РОССИИ над такими же товарами иных хозяйствующих субъектов (клиник).

Рекламное утверждение «ЛУЧШАЯ КЛИНИКА\*» РОССИИ позволяет сделать вывод о том, что ООО «Астрей» сравнивается со всеми участниками рынка аналогичных клиник и является лучшей по всей России.

Комиссия, проанализировав представленные в материалы дела документы, в том числе, данные сайта [www.paradclinic.ru](http://www.paradclinic.ru), приходит к выводу, что рассматриваемая реклама является ненадлежащей, поскольку в рекламе используется информация сравнительной характеристики посредством утверждения превосходной степени «лучшая клиника России», без указания и содержания материальных доказательств.

Таким образом, рассматриваемая реклама содержит сведения о преимуществах медицинских услуг перед всеми остальными, что служит элементом поддержания имиджа к ООО «Астрей», без указания на конкретные критерии, по которым идет сравнение.

Требованием пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе определено, что реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, признается недостоверной и не допускается.

В материалы дела не представлено объективных подтверждений критериев, в подтверждение заявленного рекламой текста: «ЛУЧШАЯ КЛИНИКА\*» РОССИИ.

Таким образом, рассматриваемая реклама является недостоверной.

На основании изложенного, рассматриваемая реклама содержит нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии с [частью 6 статьи 38](#) Закона о рекламе ответственность за нарушение указанных требований

несет рекламодатель.

В силу пункта 5 статьи 3 Закона о рекламе рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Комиссией установлено, что между ООО «Студия рекламы» и гражданкой «...» заключен договор, согласно которому ООО «Студия рекламы» оказывает услуги по изготовлению, монтажу и размещению рекламных - информационных материалов на средствах наружной рекламы гражданке «...»

Из материалов дела также следует, что «...» является инициатором содержания рекламы и распространения рекламы на рекламной конструкции, соответственно она является рекламодателем рассматриваемой рекламы.

На этом основании, ответственность за выявленное нарушение требований, установленных частью 1 пункта 3 статьи 5 Закона о рекламе несет гражданка «...»

При этом, материалами дела установлено, что размещение рассматриваемой рекламы на момент рассмотрения дела прекращено.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный контроль за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе, вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламодателям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В связи с тем, что распространение недостоверной рекламы осуществлялось в определенный период времени и в настоящее время прекращено, Комиссия пришла к выводу об отсутствии основания выдачи гражданке «...» предписания о прекращении нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37 - 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения Закона

о  
Комиссии

рекламе,

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу, содержащую текст: «АСТРЕЯ центр эстетической медицины «ЛУЧШАЯ КЛИНИКА\*» РОССИИ

\*по итогам всероссийского конкурса «ПАРАД КЛИНИК» 2018 года, проведенного при поддержке Минздрава РФ 07.12.2018 подробная информация на сайте [www.paradclinic.ru](http://www.paradclinic.ru),

недостоверной, т.к. ее содержание нарушает требования пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

2. Признать гражданку «...» нарушившей пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

3. Предписание о прекращении нарушения Закона о рекламе не выдавать. 4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении гражданки «...»

Председатель Комиссии

«...»

Члены Комиссии

«...»

Решение может быть обжаловано в Арбитражный суд Чувашской Республики-Чувашии в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.