

Я, (должностное лицо) Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан, <...>, рассмотрев материалы дела в отношении ООО «Качество Жизни» (420107, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Островского 69/3, пом. 2Б; ИНН 1655404239) на предмет соблюдения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»),

УСТАНОВИЛ:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Управление) поступило обращение (вх. №20511/ж от 19.12.2019г.) по признакам нарушения Закона «О рекламе», выразившихся в распространении недостоверной рекламы, которая содержит сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, а именно: «Клиника «Качество Жизни» единственная в Татарстане решает проблему стрессового недержания мочи...».

В журнале «КЗН Собакагу» на странице 81 выпуска декабрь 2019 – январь 2020 года имеется реклама медицинских услуг, в которой указано, что клиника «Качество Жизни» является единственной в Татарстане, решающей проблему стрессового недержания мочи у женщин, однако на территории Республики Татарстан имеется несколько организаций, оказывающих аналогичные услуги («Джанис», «Медель», «Алан клиник» и др.).

<...>

В пункте 1 статьи 3 Закона «О рекламе» дано понятие рекламы — 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.

Информация, распространяемая в журнале «КЗН Собакагу», с текстом: «Клиника «Качество Жизни» единственная в Татарстане решает проблему стрессового недержания мочи...», имеет все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; преследует строго заданные цели информирования: продвижение на рынке, призвана формировать и поддерживать интерес к услугам и товарам, предоставляемым соответствующим рекламодателем.

В соответствии с частью 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Вышеуказанная реклама может вводить потребителей в заблуждение относительно преимущества рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Согласно пункту 1 части 3 статьи 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.

Согласно пункту 29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» при рассмотрении дел о признании рекламы недостоверной 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.

В случае выявления нарушений Федерального закона "О рекламе" антимонопольные органы привлекают виновных лиц к ответственности.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение пункта 1 части 3 статьи 5 данного закона предусмотрена для рекламодателя.

Согласно статьи 3 Закона о рекламе рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно части 2 статьи 3 Закона «О рекламе» объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Объектом рекламирования является услуги клиники «Клиника Жизни».

Рекламодателем вышеуказанной рекламной информации является ООО «Качество Жизни» (420107, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Островского 69/3, пом. 2Б; ИНН 1655404239).

Ввиду изложенного и на основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», а также в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

**ОПРЕДЕЛИЛ:**

1. Возбудить производство по делу №016/05/5-200/2020 по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе».

2. Назначить дело №016/05/5-200/2020 к рассмотрению на 04 марта 2020 года в 11 часов 30 минут по адресу: г. Казань, ул. Московская, д. 55, кабинет 217 (зал заседаний).

3. Признать лицом, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе - ООО «Качество Жизни» (420107, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Островского 69/3, пом. 2Б; ИНН 1655404239).

4. ООО «Качество Жизни» в срок до 02 марта 2020 года представить в Татарстанское УФАС России надлежащим образом заверенные копии следующих документов и

материалов (на электронную почту <...> с дублированием <...>) согласно следующему перечню:

информация о видах деятельности осуществляемых ООО «Качество Жизни» в 2019, в 2020 г., информацию о местах осуществления каждого вида деятельности (адреса осуществления деятельности) с приложением подтверждающих документов;

копии договоров ООО «Качество Жизни» с иными лицами на изготовление и распространение рекламных материалов, с приложением актов выполненных работ по данным договорам за 2019, 2010 годы;

информацию о должностном лице, утвердившем рекламный текст в журнале «КЗН Собакаги»;

письменные пояснения относительно доводов указанных в данном определении;

доверенность представителя ООО «Качество Жизни» и копия паспорта (при себе иметь оригинал);

иные документы и сведения, имеющие значение для дела, при наличии возражений – нормативное и документальное их обоснование.

В случае если какие-либо пункты не реализованы (отсутствуют), указать мотивированную причину отсутствия данных документов или сведений.

При подготовке ответа на данный запрос, просим формировать ответ по пунктно, согласно списку запрашиваемой информации, а также в сопроводительном письме необходимо указать ссылку на исходящий номер <...> указанный в левом верхнем углу первой страницы запроса.

Непредставление в установленный срок сведений по требованию антимонопольного органа, либо представление заведомо недостоверных сведений (информации) влечёт административную ответственность, предусмотренную частью 6 статьи 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Явка представителя ООО «Качество Жизни» в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна.

<...>

(Должностное лицо)