

РЕШЕНИЕ по делу №016/05/24-1762/2019 о нарушении законодательства

Российской Федерации о рекламе

АР-08/16817 от 11.11.2019 года

Комиссия Татарстанского УФАС России по рассмотрению дела о нарушении

Законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии <...> – (должностное лицо);

Члены Комиссии <...> –
(должностное лицо);

<...> – (должностное лицо),

рассмотрев дело №016/05/24-1762/2019 в отношении ООО «Мегадентплюс» (ОГРН 1131690064230; ИНН 1655276820; место нахождения: 420127, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Копылова 12, пом. 1005) по факту распространения рекламы медицинских услуг в общественном транспорте города Казани с текстом: «Лучшая цена! Металлические брекет-системы МТХ, керамические брекет-системы, циркониевая коронка, виниры, металлокерамика, лечение кариеса», без указания предупреждения о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, что имеет признаки нарушения части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»). К тому же в тексте присутствует утверждение «Лучшие цены», что имеет признаки нарушения пункта 1 части 2 статьи 5 Закона «О рекламе»,

в присутствии:

- представителя ООО «Мегадентплюс»;

- представителя ООО «СБК»,

УСТАНОВИЛА:

В ходе проведения государственного надзора в сфере рекламы Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Управление) были установлены признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения наружной рекламы медицинских услуг с текстом: «Лучшая цена! Металлические брекет-системы МТХ, керамические брекет-системы, циркониевая коронка, виниры, металлокерамика, лечение кариеса» без указания предупреждения о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. К тому же в тексте присутствует утверждение «Лучшие цены», что имеет признаки нарушения пункта 1 части 2 статьи 5 Закона «О рекламе».

В соответствии с пунктами 1 и 2 статьи 3 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.

В пункте 1 статьи 3 Федерального закона от 13 марта 2006 года №38-ФЗ «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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона «О рекламе» объектом рекламирования является 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.

Вышеуказанная рекламная информация содержит 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 товарам, реализуемым соответствующими рекламодателями.

Информация, размещенная в вышеуказанной рекламе содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; распространена посредством размещения на радиостанции; преследует строго заданные цели информирования: продвижение на рынке, призвана формировать и поддерживать интерес к услугам и товарам, предоставляемым, производимым соответствующим рекламодателем.

Понятие и перечень медицинских услуг определены Номенклатурой медицинских услуг, утвержденной Приказом Минздрава России от 13.10.2017 N 804н "Об утверждении номенклатуры медицинских услуг".

A16.07.048	Ортодонтическая коррекция с применением брекет-систем
A16.07.003	Восстановление зуба вкладками, виниром, полукоронкой

Данная реклама является рекламой медицинских услуг, а значит должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, также должна соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

Согласно части 7 статьи 24 Закона «О рекламе», реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд и должно быть отведено не менее чем

семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства). Требования настоящей части не распространяются на рекламу, распространяемую в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, а также в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях, и на иную рекламу, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники.

К тому же, пункт 1 части 2 статьи 5 Закона «О рекламе» гласит, что недобросовестной признается реклама, содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Рекламный текст «Лучшие цены» имеет признаки нарушения закона «О рекламе» в части содержания некорректного сравнения с аналогичными услугами иных хозяйствующих субъектов и (или) индивидуальных предпринимателей путем использования обозначений «лучшие» без указания конкретных характеристик и (или) параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, а также без указания ссылок на анализы и исследования, подтверждающие превосходство данного места оказания услуг перед другими субъектами, осуществляющие аналогичную деятельность.

В соответствии с письмом ФАС России от 30.09.2011 г. №АК/37027, к некорректному сравнению относятся случаи, когда делается вывод о превосходстве одного товара над другим, однако конкретные характеристики сравниваемых товаров не указываются. При этом в рекламе может приводиться, как сравнение рекламируемого товара с конкретным другим товаром, так и сравнение рекламируемого товара со всеми иными товарами путем использования «самый лучший», «№1». В отсутствии указания критерия такого сравнения создается впечатление, что рекламируемая услуга обладает заявленным преимуществом по всем критериям. Однако, данный вывод достоверен только в отношении одного или нескольких критериев, но не всех. Отсутствие в рассматриваемой рекламе существенной информации о том, что услуга является лучшей на территории, а именно, в России, искажает смысл рекламы и вводит в заблуждение потенциальных клиентов. Таким образом, для того, чтобы использовать в рекламе конструкции «лучший», «первый», «номер один» и т.д. необходимо привести конкретный критерий, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Учитывая вышесказанное, рассматриваемая реклама содержит признаки недостоверности, а именно не даёт точной информации о преимуществах (цена) рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона «О рекламе», реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Учитывая правовой смысл и содержание приведенных понятий рекламы и объекта рекламирования, 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, а также об изготовителе (продавце) такого товара, то есть объекту рекламирования в целом.

Реклама распространялась в салоне общественного транспорта (автобуса) принадлежащего МУП ПАТП №4.

Для установления лица, которое является рекламодателем рассматриваемой рекламы, Управлением был проанализирован договор №2 от 01 февраля 2019 года об оказании услуг по предоставлению места в салоне автотранспортных средств-автобусов для размещения рекламных конструкций, между МУП ПАТП №4 и ООО «СБК». Согласно данному договору было установлено, что рекламодателем указанной рекламы является ООО «СБК» (ОГРН 1161690069310; ИНН 1659168536; 420054, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Техническая, д. 2, пом. 14-16), а рекламодателем - ООО «Мегадентплюс» (ОГРН 1131690064230; ИНН 1655276820; место нахождения: 420127, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Копылова 12, пом. 1005).

На заседании Комиссии была заслушана позиция сторон.

Представитель ООО «Мегадентплюс» (Заказчик) пояснил, что заказал изготовление и распространение рассматриваемой рекламы у ООО «СБК» (Исполнитель). Впоследствии, Заказчиком была согласована рассматриваемый рекламный материал.

Согласно письменным пояснениям ООО «СБК» заказчик принимает на себя всю ответственность за информацию, размещенную в рекламе и переданную на распространение (пп 5.2-5.5), тем самым указывая, что всю ответственность за содержание рекламы и последствия распространения рекламы, не соответствующей нормам действующего законодательства несет ООО «Мегадентплюс».

Согласно пункту 2.1.6 представленного договора №17/09 на оказание услуг по размещению рекламы от 17.09.2019г., заказчик обязуется не предоставлять к размещению материалы, противоречащие законодательным нормам.

В соответствии с пунктом 5.1 указанного договора, за неисполнение или ненадлежащее исполнение своих обязательств, стороны несут ответственность согласно действующему законодательству Российской Федерации.

Пункт 5.2 гласит – заказчик принимает на себя ответственность перед третьими лицами по претензиям к содержанию и форме своих рекламных материалов, а также по использованию в них знаков, маркировок, наименований и др.

В пункте 5.3 указано, что заказчик несет полную ответственность за точность, правильность и достоверность размещаемых в их рекламных материалах в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

Согласно пункту 5.4 исполнитель не несет ответственности за информацию, помещенную в рекламном материале заказчика.

Татарстанское УФАС России считает довод ООО «СБК» несостоятельным в связи с тем, что вышеуказанные пункты договора №17/09 от 17.09.2019г. противоречат Федеральному закону от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона «О рекламе» следует, что за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 2 статьи 5 Закона «О рекламе» несет

ответственность рекламодатель.

В соответствии с частью 6, 7 статьи 38 Закона «О рекламе» следует, что за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 24 Закона «О рекламе» несет ответственность рекламодатель и рекламораспространитель.

Часть 5 статьи 3 Закона «О рекламе» гласит, что рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно части 7 статьи 3 Закона «О рекламе» рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Соответственно, рекламодателем является ООО «Мегадентплюс» (ОГРН 1131690064230; ИНН 1655276820; место нахождения: 420127, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Копылова 12, пом. 1005), а рекламораспространителем указанной рекламы является ООО «СБК» (ОГРН 1161690069310; ИНН 1659168536; 420054, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Техническая, д. 2, пом. 14-16).

Согласно письму ФАС России от 08.10.2015 N АК/54867/15 "О порядке расчета объема рекламы в радиопрограммах" в случае выявления нарушения законодательства о рекламе, ответственность за совершение которого несет рекламораспространитель, к ответственности привлекается лицо, виновное в совершении данного правонарушения, исходя из всех обстоятельств распространения ненадлежащей рекламы, в том числе с учетом положений договоров, заключенных в целях распространения рекламы.

Следовательно, Управлением было установлено, что за нарушение пункта 1 части 2 статьи 5 Закона «О рекламе» несет ответственность - ООО «Мегадентплюс» (рекламодатель), а за нарушение части 7 статьи 24 данного закона, несет ответственность ООО «Мегадентплюс» (рекламодатель) и ООО «СБК» (рекламораспространитель).

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу с текстом: «Лучшая цена! Металлические брекет-системы МТХ, керамические брекет-системы, циркониевая коронка, виниры, металлокерамика, лечение кариеса», без указания предупреждения о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, рекламодателем которой является ООО «Мегадентплюс» (ОГРН 1131690064230; ИНН 1655276820; место нахождения: 420127, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Копылова 12, пом. 1005), а рекламораспространителем - ООО «СБК» (ОГРН 1161690069310; ИНН 1659168536; 420054, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Техническая, д. 2, пом. 14-16) несоответствующей части 7 статьи 24 и пункту 1 части 2 статьи 5 Закона «О рекламе».
2. Выдать ООО «Мегадентплюс» и ООО «СБК» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе в связи с тем, что не были представлены

доказательства о прекращении совершения нарушения.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Татарстанского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении.

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

Председатель Комиссии
> – (должностное лицо)

<...>

Члены Комиссии
– (должностное лицо)

<...>

(должностное лицо)

<...> –