

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан по рассмотрению дел о нарушении законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

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

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

<...> – (должностное лицо);

рассмотрев дело №016/05/5 - 280/2019, возбужденное по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закона «О рекламе») в отношении ООО «Клиника Тибетской медицины «Наран» (420015, РТ, г. Казань, ул. Пушкина, д. 56; ОГРН 1121690065485, ИНН/КПП 1655251991/165501001, дата регистрации юридического лица: 07.09.2012 г.) по факту распространения в СМИ «Еженедельник Metro. Казань» выпуск №5(360) от 11.02.2019 г., рекламы с текстом: «Клиника Тибетской медицины №1 в России Наран...»,

- в присутствии представителя ООО «Клиника Тибетской медицины «Наран» <...>,

УСТАНОВИЛА:

В ходе проведения государственного надзора, Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Управление) были установлены признаки правонарушения по факту распространения в газете «Газета METRO Казань» выпуск №5(360) от 11.02.2019 г., с текстом: «Клиника Тибетской медицины №1 в России Наран...», которая имеет признаки нарушения Федерального закона от 13 марта 2006г. № 38-ФЗ «О рекламе».

Согласно части 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.

Информация со сведениями: «Клиника Тибетской медицины №1 в России» в силу статьи 3 Закона «О рекламе» является рекламой, поскольку направлена на привлечение внимания и формирование интереса со стороны потребителей к медицинским услугам.

В рассматриваемой рекламе указано «Клиника Тибетской медицины №1 в России», однако данное утверждение ничем не подтверждено, размещено без указания конкретных характеристик и (или) параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, что является некорректным сравнением рекламируемой газеты.

Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной, как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами (пункт 1 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе»).

В Постановлении Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации № 58 от 08.10.2012 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе»» в пункте 29 указано, что 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.

На заседании Комиссии, генеральным директором ООО «Клиника Тибетской медицины «Наран» <...> было указано, что ООО «Клиника Тибетской медицины «Наран» является филиалом ООО «Зеленый лотос», а также представлено письмо от 30. Декабря 2010 года от некоммерческого партнерства «Ассоциация врачей тибетской медицины», адресованное генеральному директору ООО «Зеленый лотос», в соответствии с которым некоммерческим партнерством принято решение признать Клинику «Наран» клиникой тибетской медицины №1 в России. Комиссия решила признать письмо ненадлежащим доказательством, объективно не подтверждающим, что ООО «Клиника Тибетской медицины «Наран» является клиникой тибетской медицины №1 в России. При этом ссылка в макете рекламы на данный факт отсутствует. Помимо этого, в макете рекламы не указывается конкретный критерий, по которому осуществляется сравнение с иными клиниками тибетской медицины.

С учетом изложенного, рекламное объявление с текстом следующего содержания: «Клиника Тибетской медицины №1 в России» имеет признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе».

На основании части 6 статьи 38 Закона «О рекламе» следует, что за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе» несет ответственность рекламодатель.

Статьей 3 Закона «О рекламе» установлено, что рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Из указанного определения следует, что рекламодателем может быть как лицо, заинтересованное в реализации объекта рекламирования (изготовитель товара, продавец товара, лицо, оказывающее услуги), так и иное лицо, если указанное лицо совершило действия по выбору объекта рекламирования (под которым понимается товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама) и содержания рекламной информации. При этом отнесение того или иного лица к рекламодателю осуществляется исходя из объекта рекламирования, к которому формируется интерес в рекламе, условий договора о распространении рекламы, а также иных обстоятельств распространения рекламы (письмо ФАС России от 31.05.2016 №АК/36350/16 «О разъяснении отдельных положений Федерального закона «О рекламе»).

Управлением также был сделан запрос в адрес рекламораспространителя ООО «Успех-Пресс» кто является рекламодателем по спорному рекламному материалу.

В соответствии с представленной ООО «Успех-Пресс» информацией, на основании договора №33 на оказание рекламных услуг, рекламодателем является ООО «Клиника Тибетской медицины «Наран» (420015, РТ, г. Казань, ул. Пушкина, д. 56; ОГРН 1121690065485, ИНН/КПП 1655251991/165501001, дата регистрации юридического лица: 07.09.2012 г.).

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:

Признать рекламу ООО «Клиника Тибетской медицины «Наран» с текстом рекламы «Клиника Тибетской медицины №1 в России Наран...», распространенную путем размещения данной рекламы в СМИ «Еженедельник Metro. Казань» выпуск №5(360) от 11.02.2019 г. на территории г. Казани Республики Татарстан ненадлежащей, недостоверной и несоответствующей п.1 ч.3 ст.5 Закона «О рекламе», в части содержания некорректного сравнения ООО «Клиника Тибетской медицины «Наран», с аналогичными клиниками тибетской медицины иных хозяйствующих субъектов путем использования обозначения №1 без указания конкретных характеристик и (или) параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, что данная клиника является «№1», а также без указания ссылок на анализы и исследования, подтверждающие превосходство данной клиники.

Выдать предписание об устранении нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ «О рекламе», в связи с непредставлением доказательств устранения нарушения.

Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Татарстанского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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)