

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Оренбургской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (...), рассмотрев представленные материалы по признакам нарушения требований, установленных пунктом 1 части 3 статьи 5 Федерального Закона Российской Федерации «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 года (далее по тексту - ФЗ «О рекламе»), содержащихся в рекламе ортопедического салона «МЕД-ЭКСПЕРТ» (ИП (...)), размещенной в сети «Интернет» на сайте www.exponet.ru, ,

УСТАНОВИЛ:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Оренбургской области поступило заявление гражданки (...) (вх. № 10649к от 14.12.2015 г.) с жалобой на рекламу ортопедического салона «Мед-Эксперт», размещенную в сети «Интернет» на сайте www.exponet.ru, поскольку в ней содержатся признаки нарушения требований, установленных пунктом 1 части 3 статьи 5 Федерального закона Российской Федерации «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. (далее по тексту – ФЗ «О рекламе»).

В ходе рассмотрения заявления установлено:

В социальной сети «Интернет», на сайте www.exponet.ru, размещена следующая текстовая информация: ««МЕД-ЭКСПЕРТ», ортопедические салоны. Россия, г. Оренбург, ул. Постникова, д. 11. Россия, г. Оренбург, пр-т Победы, д. 1. +7(3532)94-60-25, +7(3532)94-73-24. Товары медицинского назначения и спортивной медицины. В г. Оренбурге на рынке современных ортопедических медицинских изделий наша фирма организована с 2002 года. Более 6 лет наша компания – лидер, предлагающий широкий ассортимент качественной ортопедической медицинской продукции для широкого круга потребителей. Цели. Цель нашей организации состоит в реализации потребителям эффективных качественных изделий профилактики и лечения заболеваний позвоночника, суставов, стоп и вен, а также в реабилитации после травм и операций. Ведь главное для каждого – здоровье! Сохранить или восстановить активность и трудоспособность, вернуть к полноценной жизни – это потребность и желание огромного числа людей. О продукции. Мы предлагаем изделия фирм Германии, Америки. В перечень продукции входят: - ортопедические и противопролежневые матрасы, - подушки под голову, под спину, под ноги, - корсетные пояса, бандажи, - наколенники, - стельки-супинаторы. А также средства технической реабилитации: трости, костыли, ходунки, коляски и т.д.».

В заявлении гр. (...) указано, что в соответствии с пунктом 29 Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда РФ от 08.10.2012 г. № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами ФЗ «О рекламе» 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 этой связи 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. Реклама, не сопровождаемая таким подтверждением должна считаться не достоверной, как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемые другими продавцами.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 ФЗ «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.

В тексте указанной рекламы ортопедического салона «Мед-Эксперт», использована сравнительная характеристика «наша компания – лидер, предлагающий широкий ассортимент качественной ортопедической медицинской продукции». При этом, данная реклама не содержит критериев, по которым осуществляется сравнение (общий объем продаж медицинской продукции, объем продаж медицинской продукции конкретной модели и т.п.).

Отсутствие таких критериев в тексте рекламы, по мнению заявителя, допускает возможность проведения потребителями сравнения по любому основанию (критерию), может ввести потребителей в заблуждение относительно объекта рекламирования, являться побудителем восприятия потребителями информации «лидер, предлагающий широкий ассортимент качественной ортопедической медицинской продукции» как преимущества перед другими продавцами, осуществляющими свою деятельность по продаже медицинской продукции.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона Российской Федерации «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 года и в соответствии с пунктами 20 и 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации № 508 от 17.08.2006 года,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу **№ 07-17-117/2015** по признакам нарушения требований, установленных пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального Закона Российской Федерации «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 года;

2. Признать лицами, участвующими в деле:

- заявитель – **гп. (...)** (адрес: (...));

- лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе - **ИП (...)** (адрес: (...));

3. Назначить дело № 07-17-117/2015 к рассмотрению на «__» января 2016 года в __ часов __ минут по адресу: г. Оренбург, ул. 9 Января, 64, ком. 715.

4. ИП (...) в срок до «__» января 2016 года предоставить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Оренбургской области надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- свидетельства о государственной регистрации ИП (...);
- выписки из ЕГРИП ИП (...);
- утвержденных макетов (утвержденный текст) рассматриваемой рекламы;
- надлежащим образом заверенную копию договора на размещение указанной рекламы;
- надлежащим образом заверенного документа (иных доказательств), подтверждающего что ортопедический салон «Мед-Эксперт» является «лидером, предлагающий широкий ассортимент качественной ортопедической медицинской продукции».

Также, в указанный срок предоставить письменные пояснения по следующим вопросам:

- кто определил содержание рассматриваемой рекламы;
- кем разрабатывался и утверждался макет рассматриваемой рекламы;
- кем был изготовлен макет рекламы рассматриваемой рекламы.

Иные пояснения по существу дела.

Явка гр. (...) (с документами, удостоверяющими личность) и (или) представителя по доверенности гр. (...) (с подлинной доверенностью на участие в деле № 07-17-117/2015) обязательна.

Явка ИП (...) (с документами, удостоверяющими личность) и (или) представителя по доверенности ИП (...) (с подлинной доверенностью на участие в деле № 07-17-117/2015) обязательна.

Председатель Комиссии

(...)

