

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 063/05/5-162/2021

02.04.2021 года
Самара

г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Самарской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии – <...>;

Члены Комиссии – <...>,
<...>,
<...>,

рассмотрев дело № 063/05/5-162/2021, возбужденное в отношении ООО «РОНА» признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006г № 38-ФЗ (далее – ФЗ «О рекламе») посредством видеоконференцсвязи, в отсутствии представителя:

заявителя – <...> (<...>); лицо уведомлялось надлежащим образом посредством почтовой связи, что подтверждается отчетом об отправке отправления с идентификатором № 44312352230429 и атрибутом «неудачная попытка вручения 25.02.2021г.»; списком внутренних почтовых отправлений № 1 от 24.02.2021г., чеком ККМ от 24.02.2021г.

в присутствии представителя:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО «РОНА» (443096, Самарская область, г. Самара, ул. Дачная, д. 15, ИНН 6367650886, ОГРН 1026303506767, дата внесения в ЕГРЮЛ записи – 28.08.2002г., наименование регистрирующего органа – Инспекция Федеральной налоговой службы по Красноглинскому району г. Самары, адрес регистрирующего орган – 443112, г. Самара, ул. Сергея Лазо, д. 2А), по доверенности <...> (от 05.03.2021г. № 19), лицо уведомлялось надлежащим образом посредством почтовой связи, что подтверждается отчетом об отправке отправления с идентификатором № 44312352230412 и атрибутом «вручение адресату почтальоном 25.02.2021г.»; списком внутренних почтовых отправлений № 1 от 24.02.2021г., чеком ККМ от 24.02.2021г.

заинтересованного лица – _____

эксперта – _____

переводчика – _____

УСТАНОВИЛА:

В адрес Самарского УФАС России поступило заявление гр. <...> (вх. № 105-гр от 02.02.2021г.) о том, что он 28.01.2021 г. проезжая через кольцо ул. Московского шоссе/Луначарского увидел размещенную рекламную конструкцию следующего содержания: «Аптека Вита Лучшая* Аптека в Самаре Аптека, которую выбирают! *Аптека Вита центральная-лучшая среди аптек бренда Вита в г. Самара. Имеются противопоказания. Необходима консультация специалиста» и сфотографировал. Заявитель считает, что запрещается использование в рекламе терминов в превосходной степени, таких как вышеуказанная «лучшая», данная реклама является сомнительной и не соответствует закону «О рекламе», так как по сути в ней утверждается, что ни одно другое предприятие, действующее на данном рынке и на данной географической территории, не имеет таких («лучших») показателей. Указанная реклама направлена на получение преимуществ в

привлечении покупателей.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «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 поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке.

Согласно статьи 3 ФЗ «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; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В рассматриваемой рекламной информации объектом рекламирования является услуги аптечной сети Вита.

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 соответствии с п. 29 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах применения арбитражными судами федерального закона «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 связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например, путем употребления слов «выше», «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 (п. 1 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе»).

Таким образом, использование в тексте рекламы фразы «Лучшая аптека в Самаре» которая не имеет объективного подтверждения, содержит признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Ввиду вышеизложенного, размещенная реклама, содержит признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе», рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

На основании п. 2 ч. 1 ст. 33, ч. 1, 2 ст. 36 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с п. 24-26 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Самарского УФАС России возбудила производство по делу № 063/05/24-161/2021 по признакам нарушения рекламного законодательства.

ООО «РОНА» предоставило пояснения и документы (вх. № 2017-з от 09.03.2021г.,

2207-з от 15.03.2021г.), согласно которым указало следующее.

ООО «РОНА» осуществляет фармацевтическую деятельность путем розничной реализации лекарственных средств посредством аптек под коммерческими обозначениями «АПТЕКА ВИТА ЦЕНТРАЛЬНАЯ» и «АПТЕКА ВИТА Экспресс». ООО «РОНА» является правообладателем следующих товарных знаков: №№ 690960 «Аптека Вита Экспресс», 704555 «ВИ», 704554 «ВИ», 58195, 607427, 707946 «ВИТА», 324334 «Вита сервис».

ООО «РОНА» заключило агентский договор на оказание рекламных услуг от 01.08.2019г. № 38, в рамках которого агент - ООО «Консалтинговый центр 223», заключил от своего имени, но за счет принципала ООО «РОНА», договор с ООО «Постерскоп» на размещение рекламы на рекламных конструкциях, в том числе и по адресу: г. Самара, Московское шоссе/ул. Луначарского. Реклама размещается в виде ролика длительностью 5 секунд и выходит в эфир 1728 раз в сутки. Данная реклама распространялась в период с сентября 2020 г. по настоящее время только в Самаре по адресу: Московское шоссе/ ул. Луначарского, так как данная локация входит в зону охвата аптеки Вита Центральная по адресу: г. Самара, ул. Авроры, д. 92.

Данный рекламный ролик был изготовлен силами сотрудников ООО «РОНА» в рамках должностных обязанностей.

Из прилагаемых изображений размещения видно, что определение «лучшая» помечено сноской, в которой указано, что сравнение идет среди аптек ВИТА в г. Самаре, то есть внутри собственных коммерческих обозначений, используемых в деятельности ООО «РОНА». Вита Центральная действительно является лучшей аптекой среди аптек под общим коммерческим обозначением (брендом) Вита, так как отличается от других аптек Вита увеличенной площадью торгового зала, расширенным товарным ассортиментом, широтой товарных категорий, численностью персонала, дополнительными услугами для клиентов, рекламными возможностями, что подтверждается руководством по использованию фирменного стиля сети аптек «Вита».

Таким образом, аптека Вита Центральная позиционируется для клиентов как лучшая аптека среди аптек под коммерческими обозначениями Вита.

Заслушав объяснения ООО «РОНА», рассмотрев материалы дела № 063/05/5-162/2021, Комиссия Самарского УФАС России пришла к следующим выводам.

Согласно п. 1 ст. 3 ФЗ «О рекламе», реклама – это информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Согласно статьи 3 ФЗ «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; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В рассматриваемой рекламной информации объектом рекламирования являются услуги аптечной сети Вита.

Согласно ч. 1 ст. 5 ФЗ «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с пунктом 1 ч. 3 ст. 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 соответствии с п. 29 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах применения арбитражными судами федерального закона «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 связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например, путем употребления слов «выше», «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 (п. 1 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе»).

Таким образом, подобные утверждения необходимо сопровождать ссылкой на результат соответствующих исследований и источник данных.

Использование в рекламе сравнительной характеристики посредством утверждений в превосходной степени без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, означает возможность проведения такого сравнения по любому критерию.

Распространяемая реклама с содержанием «лучшая аптека» должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

В спорном рекламном образце отсутствует подтверждение по каким критериям аптека является лучшей.

В процессе рассмотрения дела Комиссией Самарского УФАС России было изучено лексическое значение слова «лучший».

В соответствии с большим толковым словарем русского языка: 1-е изд-е: СПб.: Норинт С. А. Кузнецова 1998г.:

ЛУЧШИЙ -ая, -ее. сравнит. и превосх. ст.

1. сравнит. ст. к Хороший (противоп.: худший). Ожидать лучшей погоды. Л-ие дни ещё впереди. Л-ая работа, чем была раньше, ждала его. Л. мир (загробный, потусторонний, внеземной). Уйти в л. мир (умереть). В лучшем случае (при более благоприятных обстоятельствах).

2. превосх. ст. к Хороший; самый хороший. Конкурс на лучшего пианиста. Л. стрелок. Л. день в его жизни. Самая л-ая бегунья в мире. Л. из лучших (самый хороший). В лучшем виде (наилучшим образом). ЛУЧШИЙ -его; м. Тот, кто лучше всех, самый хороший.

Согласно толковому словарю Ожегова С.И. слово лучший -ая, -ее. 1. см. хороший. 2. Самого высокого качества, самого хорошего свойства.

Подытоживая, Комиссия Самарского УФАС России приходит к выводу, что реклама «лучшей Аптеки Вита» является для потребителей (пользователей аптечной сети) недостоверными сведениями и вводит их в заблуждение относительно рекламируемого товара.

Таким образом, ООО «РОНА» в рекламе следующего содержания: «Аптека Вита Лучшая* аптека в Самаре Аптека, которую выбирают! *Аптека Вита центральная-лучшая аптека бренда вита в г. Самара. Имеются противопоказания. Необходима консультация специалиста», использовало слово «лучшая» без объективного подтверждения, что является нарушением требований п. 1 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе». ООО «РОНА» является рекламодателем указанной рекламы, что подтверждается следующими обстоятельствами:

1. Письменными пояснениями (вх. № 2017-з от 09.03.2021г., 2207-з от 15.03.2021г.);
2. Договором на оказание рекламных услуг от 01.08.2019г. № 38;
3. Договором о размещении рекламы № А-1/2019 от 19.08.2019г.;
4. Рекламным роликом;
5. Руководством по использованию фирменного стиля сети аптек «Вита».

Одной из целей ФЗ «О рекламе» является реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы (статья 1 ФЗ «О рекламе»). Закон направлен на предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Регулирование отношений, возникающих в сфере распространения рекламы, имеет своей целью обеспечение эффективного баланса интересов потребителей рекламы и заказчиков рекламы, рекламопроизводителей и рекламораспространителей.

Пунктом 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» установлено, что реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

На основании вышеизложенного и руководствуясь ч. 1 ст.36 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с п. 42-49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей размещенную рекламу ООО «РОНА» на видеоэкране, расположенном в г. Самара на кольце ул. Московского шоссе/ул. Луначарского следующего содержания: «Аптека Вита Лучшая* Аптека в Самаре Аптека, которую выбирают! *Аптека Вита Центральная - лучшая среди Аптек бренда Вита в г. Самара. Имеются противопоказания. Необходима консультация специалиста», поскольку она содержит нарушение требований п. 1 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе».
2. Выдать ООО «РОНА» предписание о прекращении нарушения требований законодательства РФ о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Самарского УФАС России для возбуждения в отношении должностного лица – заместителя директора департамента по рекламе и коммуникациям Департамента развития и маркетинга Административно-управленческого персонала ООО «РОНА» дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Резолютивная часть решения оглашена 19 марта 2021 г.

Решение изготовлено в полном объеме 02 апреля 2021 г.

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

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>