

**Управление Федеральной антимонопольной службы
по Республике Коми**

РЕШЕНИЕ

24 ноября 2021 года

(изготовление решения в полном объеме)

18 ноября 2021 года

(оглашение резолютивной части)

№ 03-01/8756

г. Сыктывкар

**ООО «Социальный
стоматологический центр
«Классика»**

Карла Маркса ул., д. 117,
помещение Н-9,

г. Сыктывкар, 167000

<...>

<...> (по адресу)

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее – Коми УФАС России) по рассмотрению дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия), в составе:

<...>;

рассмотрев дело № 011/05/5-830/2021, возбуждённое в отношении ООО «Социальный стоматологический центр «Классика», адрес места нахождения: 167000, Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Карла Маркса, д. 117, помещение Н-9, ОГРН 1141101002140, ИНН 1101149288, КПП 110101001, по факту размещения в сети Интернет на странице сообщества «Стоматологический Центр Классика г. Сыктывкар» в социальной сети «ВКонтакте» (<https://vk.com/club130195729>) рекламы с признаками нарушения требований п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), в присутствии:

- заявителя – <...>;

- представителя ООО «Социальный стоматологический центр «Классика» - <...>, действующей на основании доверенности № <...> от <...>;

УСТАНОВИЛА:

В Коми УФАС России поступило заявление <...> вх. № Г-98 от 28.09.2021 о нарушении рекламного законодательства при распространении рекламы в социальной сети «ВКонтакте» на странице сообщества «Стоматологический Центр Классика г. Сыктывкар» (<https://vk.com/club130195729>).

По результатам рассмотрения заявления принято решение о возбуждении дела № 011/05/5-830/2021 в отношении ООО «Социальный стоматологический центр «Классика» по признакам нарушения п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе, о чём вынесено соответствующее определение № 03-01/7822 от 21.10.2021.

Из материалов дела № 011/05/5-830/2021 (далее – рекламное дело) усматривается нижеследующее.

На странице сообщества «Стоматологический Центр Классика г. Сыктывкар» в социальной сети «ВКонтакте» (<https://vk.com/club130195729>) 15.09.2021 в 11

час. 28 мин. размещено сообщение следующего содержания: «! ВЫ БУДЕТЕ В ВОСТОРГЕ ! Спешим сообщить Вам отличную новость! Лучший врач-ортодонт Республики Коми работает в нашей клинике. Данный специалист уже зарекомендовал себя очень хорошо в данной сфере. Установка брекетов по лигатурной системе уже устарела, а на смену ей пришла наиболее популярная сейчас система - «Damon Q». Почему же она так популярна? Она имеет множество преимуществ: Не требует частой корректировки (раз в два/два с половиной месяца); Она также применяется для лечения самых трудных и запущенных случаев, подходит для исправления любого вида прикуса. Данная система разработана для комфортного лечения пациентов, она имеет удобную форму и гладкие края, а также небольшие размеры и удобные защелки. Стоимость услуги составит: обе челюсти под ключ 168.000 . ! БОНУС ! Действует рассрочка до 1 года. Рассрочка внутренняя, без банков. Записаться на бесплатную консультацию к врачу Вы можете позвонив по телефону: <...> (WhatsApp, Viber) Стоматология находится по адресу: ул. Карла- Маркса, 117 Также у нас есть свой сайт и аккаунт в Инстаграм. С заботой о Вас, стоматология «Классика» ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ. НЕОБХОДИМА КОНСУЛЬТАЦИЯ СПЕЦИАЛИСТА. 18+». Под сообщением размещены фотографии зубов, в том числе с установленными брекетами.

В соответствии с положениями, установленными п. 1 ст. 3 Закона о рекламе, реклама – 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.

Из материалов рекламного дела усматривается, что <https://vk.com/club130195729> является страницей в социальной сети «ВКонтакте» лица, оказывающего услуги в Социальном стоматологическом центре «Классика» г. Сыктывкара. Указанная страница в социальной сети содержит сведения об оказываемых услугах, специалистах стоматологического центра, а также контактную информацию.

Вместе с тем содержание, стиль оформления и подачи рассматриваемой информации свидетельствуют о направленности на привлечение внимания неопределенного круга лиц – посетителей страницы Интернет-сайта к предлагаемой услуге по установке брекетов по системе «Damon Q» с указанием преимуществ данной системы и специалиста, непосредственно оказывающего услугу.

В связи с чем, усматривается, что рассматриваемая информация направлена не столько на информирование потребителей о деятельности организации и оказываемых услугах, сколько на выделение конкретной услуги среди однородных услуг. Подобный способ размещения информации подпадает под признаки рекламы.

В ходе рассмотрения рекламного дела заявитель указал, что страница, на которой размещалась рассматриваемая информация, была открытой, информация была доступной не только пользователям социальной сети «ВКонтакте».

Таким образом, указанная информация содержит следующие признаки рекламы:

- распространена посредством размещения в сети Интернет на странице сообщества «Стоматологический Центр Классика г. Сыктывкар» в социальной сети «ВКонтакте»;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования – стоматологии «Классика», услуге по установке брекетов по системе «Damon Q», рассрочке, формированию или поддержание интереса к ним, и их продвижение на рынке.

При таких обстоятельствах указанная информация является рекламой (далее – рассматриваемая реклама).

В силу ч. 1 ст. 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с п. 1 ч. 3 ст. 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.

В п. 29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указано, что при рассмотрении дел о признании рекламы недостоверной судам 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. 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 (пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе).

Рассматриваемая реклама содержит указание на лучшего врача-ортодонта Республики Коми, который работает в рекламируемой клинике.

Заявитель указывает, что реклама содержит слово «лучший», которое означает не только «хороший, наилучший» (Толковый словарь русского языка Ушакова Д.Н.), но несёт смысловую нагрузку, связанную с выражением превосходной степени; в сочетании с названием клиники, специализирующейся на оказании стоматологических услуг, фраза «Лучший врач-ортодонт Республики Коми работает в нашей клинике» воспринимается буквально, при этом форма выражения рекламной информации исключает двусмысленность её восприятия.

Как указывает заявитель, в Республике Коми большое количество врачей-ортодентов, практикующих установку брекетов по системе «Damon Q». Заявитель полагает, что употребление слова «лучший» в совокупности со ссылкой на Стоматологический центр «Классика» создаёт неверное представление о том, что рекламируемый врач-ортодонт находится в более лучшей позиции, включая качество услуг, квалификацию, познания и опыт в сфере врачебной деятельности, тем самым стимулирует интерес потребителей к услугам данной клиники, поддерживает заинтересованность в них, влияя в целом на продвижение своих услуг на рынке.

В тексте рекламы не указано, по каким показателям врача-ортодонта, работающего в Стоматологическом центре «Классика», можно считать лучшим по Республике Коми.

Таким образом, рассматриваемая реклама не содержит указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

В связи с чем, рассматриваемая реклама размещена с нарушением требований п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.

В силу ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе за нарушение требований, установленных п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе, ответственность несёт рекламодатель.

Частью 8 ст. 38 Закона о рекламе предусмотрено, что рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в ч. 6 настоящей статьи, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно п. 6 ст. 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель – лицо,

осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

ООО «Социальный стоматологический центр «Классика» представило в материалы рекламного дела письменные пояснения, в которых указало, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Социальный стоматологический центр «Классика», рекламопроизводителем и рекламораспространителем именно рассматриваемой рекламы является <...> (далее – <...>); какие-либо документы, опосредующие производство и распространение рассматриваемой рекламы, не составлялись и не подписывались.

ООО «Социальный стоматологический центр «Классика» пояснило, что в связи с тем, что в сентябре 2021 г. в ООО «Социальный стоматологический центр «Классика» была принята на работу в качестве <...> (<...>) <...>, <...> (далее – <...>), являющаяся ответственной по рекламе, нашла необходимым сообщить об этом подписчикам группы ООО «Социальный стоматологический центр «Классика» в социальной сети «ВКонтакте». Срочность была обоснована тем, что в листе ожидания Общества было много заявок от пациентов на приём именно к врачу-ортодонт.

В материалы рекламного дела представлено письменное объяснение <...>, из которого следует, что в период с <...> по <...>, в связи с чем размещение рассматриваемой информации она поручила <...>.

ООО «Социальный стоматологический центр «Классика» указывает, что вечером 14.09.2021 по каналу сотовой связи <...> поручила данное задание <...>, описав тезисно в устной форме, что необходимо отразить в новостном сообщении, а именно: особенности системы для установки брекетов «Damon Q»; стоимость данной услуги и условия её приобретения; долгожданное появление в стоматологии «Классика» профильного врача, работающего по данной системе. <...> было произведено и распространено новостное сообщение на странице стоматологии «Классика» в социальной сети «ВКонтакте» 15.09.2021 в 11 час. 28 мин.

Как указывает <...>, согласование при этом не производилось, и контроль с её стороны не был осуществлён, хотя данная обязанность предусмотрена пунктом 8 должностной инструкции № 5.

ООО «Социальный стоматологический центр «Классика» поясняет, что 27.09.2021 по прибытию в город <...> не предприняла надлежащие меры, направленные на проверку уже вышедшей информации на соответствие требованиям Закона о рекламе, так как, во-первых, ранее они совместно с <...> разрабатывали рекламные новостные сообщения, и подобных ситуаций не возникало, <...> полностью доверяла <...> в решении данной задачи, а во-вторых, с момента размещения информации до 27.09.2021 в рассматриваемом сообществе вышло ещё три новостных записи, и запись от 15.09.2021 оказалась внизу страницы, рассматриваемая информация не

была закреплена на странице сообщества стоматологии «Классика».

Из материалов рекламного дела усматривается, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Социальный стоматологический центр «Классика», рекламопроизводителем – <...>.

ООО «Социальный стоматологический центр «Классика» в материалы рекламного дела представлена копия приказа от <...> о приёме <...> на должность <...>. Также в материалы рекламного дела представлены копии документов, подтверждающих прохождение <...> обучения и повышения квалификации по соответствующей специальности (копии диплома о высшем образовании, диплома об окончании ординатуры, удостоверения о повышении квалификации, сертификата специалиста, сертификатов и диплома о прохождении обучающих курсов и семинаров).

Вместе с тем, представленные документы не являются подтверждением содержащегося в рассматриваемой рекламе утверждения «Лучший врач-ортодонт Республики Коми работает в нашей клинике». Иные доказательства соответствия действительности указанного утверждения в материалах рекламного дела отсутствуют.

В письменных пояснениях ООО «Социальный стоматологический центр «Классика» указало, что с 11.01.2019 ответственным должностным лицом по рекламе и её содержанию в ООО «Социальный стоматологический центр «Классика» является <...>.

В материалы рекламного дела представлены копии следующих документов на <...>:

- трудового договора № <...> от <...>, согласно которому <...> принята на работу в ООО «Социальный стоматологический центр «Классика» на должность <...>;
- дополнительного соглашения от <...> к трудовому договору № <...>, согласно которому на <...> возложены функции лица, ответственного за рекламу и её содержание;
- приказа от <...> о назначении <...> ответственным лицом по рекламе и её содержанию;
- должностной инструкции № 5 ответственного по рекламе.

Подпунктом 2 пункта 1 должностной инструкции № 5 установлено, что ответственный по рекламе должен знать, в том числе законодательные и нормативные правовые акты, регламентирующие предпринимательскую, коммерческую и рекламную деятельность.

Подпунктом 8 пункта 2 должностной инструкции № 5 установлено, что ответственный по рекламе организует разработку рекламных текстов,

плакатов, проспектов, каталогов, буклетов, контролирует их качество, обеспечивая наглядность и доступность рекламы, соблюдение норм общественной морали, не допуская нарушений правил конкурентной борьбы и соблюдая требования Закона о рекламе.

Подпунктом 2 пункта 4 должностной инструкции № 5 установлено, что ответственный по рекламе несёт ответственность за правонарушения, совершённые в процессе своей деятельности, – в пределах, установленных действующим административным, уголовным и гражданским законодательством Российской Федерации.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение требований Закона о рекламе произошло по вине рекламодателя рассматриваемой рекламы – ООО «Социальный стоматологический центр «Классика» и должностного лица Общества – <...>.

Вины в действиях рекламопроизводителя Комиссией не установлено.

Из материалов рекламного дела усматривается, что ООО «Социальный стоматологический центр «Классика» и <...> не предпринято должных мер, направленных на соблюдение требований законодательства Российской Федерации о рекламе при распространении рассматриваемой рекламы, что и привело к нарушению.

Обстоятельств, как исключаящих возможность соблюдения ООО «Социальный стоматологический центр «Классика» и <...> Общества <...> требований рекламного законодательства, так и свидетельствующих о принятии указанными лицами всех зависящих от них мер по соблюдению требований рекламного законодательства, не усматривается.

Таким образом, ООО «Социальный стоматологический центр «Классика» и <...> нарушены требования п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.

Из пояснений представителя ООО «Социальный стоматологический центр «Классика», данных в ходе рассмотрения рекламного дела, следует, что рассматриваемая реклама была удалена 26.10.2021 сразу же после того, как Общество узнало о возбуждении рекламного дела.

Из материалов рекламного дела усматривается, что на дату вынесения решения факт распространения рассматриваемой рекламы не имеет места.

В связи с чем, Комиссия сочла нецелесообразной выдачу ООО «Социальный стоматологический центр «Классика» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащих реклам.

На основании изложенного, руководствуясь п. 4 ст. 3, п. 2 ч. 1 ст. 33, п. 7 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42, 54 Правил

рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922,

Р Е Ш И Л А:

1. Признать рекламу следующего содержания: «! Вы БУДЕТЕ В ВОСТОРГЕ ! Спешим сообщить Вам отличную новость! Лучший врач-ортодонт Республики Коми работает в нашей клинике. Данный специалист уже зарекомендовал себя очень хорошо в данной сфере. Установка брекетов по лигатурной системе уже устарела, а на смену ей пришла наиболее популярная сейчас система - «Damon Q». Почему же она так популярна? Она имеет множество преимуществ: Не требует частой корректировки (раз в два/два с половиной месяца); Она также применяется для лечения самых трудных и запущенных случаев, подходит для исправления любого вида прикуса. Данная система разработана для комфортного лечения пациентов, она имеет удобную форму и гладкие края, а также небольшие размеры и удобные защелки. Стоимость услуги составит: обе челюсти под ключ 168.000 . ! БОНУС ! Действует рассрочка до 1 года. Рассрочка внутренняя, без банков. Записаться на бесплатную консультацию к врачу Вы можете позвонив по телефону: <...> (WhatsApp, Viber) Стоматология находится по адресу: ул. Карла- Маркса, 117 Также у нас есть свой сайт и аккаунт в Инстаграм. С заботой о Вас, стоматология «Классика» ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ. НЕОБХОДИМА КОНСУЛЬТАЦИЯ СПЕЦИАЛИСТА. 18+», размещённую 15.09.2021 в 11 час. 28 мин. на странице сообщества «Стоматологический Центр Классика г. Сыктывкар» в социальной сети «ВКонтакте» (<https://vk.com/club130195729>), ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы ООО «Социальный стоматологический центр «Классика» не выдавать, поскольку распространение рекламы, указанной в пункте 1 настоящего решения, прекращено.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении ООО «Социальный стоматологический центр «Классика» дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении <...> ООО «Социальный стоматологический центр «Классика» <...> дела об административном

правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 24 ноября 2021 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в течение трех месяцев со дня принятия решения в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель
Комиссии

_____ <...>

Члены Комиссии

_____ <...>

_____ <...>