

ООО «МЦ «ИнтерВзгляд»

Ленина пр-т, д.147В, оф.3

г. Барнаул, 656011

Заявителю

Дело № 022/05/5-745/2020

РЕШЕНИЕ

Решение принято 08 октября 2020 года

Решение изготовлено в полном объеме 15 октября 2020 года г. Барнаул

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии:

<...> – руководитель управления,

члены Комиссии:

<...> – главный специалист-эксперт отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы,

<...> – специалист-эксперт отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы,

рассмотрев дело № 022/05/5-745/2020 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту размещения в сети Интернет рекламы офтальмологической клиники «ИнтерВзгляд» с использованием слова в превосходной степени «лучше», в которой усматриваются признаки нарушения пункта 4 части 2 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»,

в присутствии представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, - ООО «Медицинский центр «ИнтерВзгляд» <...> по доверенности от 07.10.2020г.,

УСТАНОВИЛА:

дело № 022/05/5-745/2020 возбуждено на основании поступившего 09 сентября 2020 года в управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю из приемной Президента Российской Федерации в Алтайском крае обращения гражданина РФ о размещении в сети Интернет ненадлежащей рекламы офтальмологической клиники «ИнтерВзгляд»: «Центр офтальмологии «ИнтерВзгляд» Лучше доктора. Лучше оборудование. Лучше зрение. ИнтерВзгляд – 21 год с заботой о вашем зрении».

Заявитель просит рассмотреть данную рекламу на предмет соответствия

Федеральному закону «О рекламе»; к заявлению приложен скриншот рекламы.

Лицом, в действиях которого усмотрены признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, признано ООО «Медицинский центр «ИнтерВзгляд» (Алтайский край, г.Барнаул, Ленина пр., 147В, ОГРН 1162225099717).

Рассмотрение дела назначено на 08 октября 2020 года в 11 часов 30 минут.

Во исполнение определения о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства о рекламе ООО «Медицинский центр «ИнтерВзгляд» (далее – ООО «МЦ «ИнтерВзгляд») предоставлены следующие документы: лицензия на осуществление медицинской деятельности, сведения о принадлежности Обществу сайта барнаул.интервзгляд.рф, информация о домене, утвержденный для размещения на сайте макет рекламы, а также отзыв на определение. В соответствии с пояснениями, содержащимися в отзыве, Общество считает, что в рассматриваемой рекламе не содержится утверждения, которое создает впечатление о превосходстве ООО «МЦ «ИнтерВзгляд» по сравнению с иными офтальмологическими клиниками; слово «лучше» не является превосходной степенью применительно к ООО «МЦ «ИнтерВзгляд», а также к его докторам и оборудованию, в рекламе отсутствует сравнение услуг Общества, его докторов и оборудования с услугами офтальмологических клиник, их докторов и оборудования. В связи с чем, Общество считает, что рассматриваемая реклама не нарушает законодательства Российской Федерации о рекламе и просит прекратить производство настоящего делу.

На заседании Комиссии, состоявшемся 08 октября 2020 года, представитель ООО «МЦ «ИнтерВзгляд» <...> доводы, изложенные в отзыве на определение, поддержал в полном объеме, акцентировал внимание на том, что используемое в рекламе слово «лучше» не является превосходной степенью прилагательного «лучший», а используется в контексте «хороший»: «хорошие врачи», «хорошее оборудование». Вместе с тем, представитель пояснил, чтобы не было недопонимания, рекламу изменили, убрав из нее спорные словосочетания.

Комиссия, исследовав материалы дела и заслушав пояснения стороны, пришла к следующим выводам.

Согласно материалам дела, в сети Интернет размещена реклама офтальмологической клиники «ИнтерВзгляд» следующего содержания: «Центр офтальмологии «ИнтерВзгляд» Лучше доктора. Лучше оборудование. Лучше зрение. ИнтерВзгляд – 21 год с заботой о вашем зрении».

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон 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.

Экономической целью размещения рекламы для лица, осуществляющего производство, реализацию товара (работ, услуг), является продвижение и продажа товара (работ, услуг) конечному потребителю.

Информация «Центр офтальмологии «ИнтерВзгляд» Лучше доктора. Лучше оборудование. Лучше зрение. ИнтерВзгляд – 21 год с заботой о вашем зрении» адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания потребителей к рекламируемой офтальмологической клинике, формирует и поддерживает интерес к данному объекту рекламирования и способствует продвижению его на рынке, то есть отвечает законодательному определению рекламы.

Комиссией антимонопольного органа установлено, что рассматриваемая реклама размещена на сайте barnaul.intervzglyad.ru, принадлежащем ООО «МЦ «ИнтерВзгляд», являющегося администратором указанного сайта.

Согласно материалам дела, ООО «МЦ «ИнтерВзгляд» оказывает медицинские услуги в области офтальмологии на основании лицензии на осуществление медицинской деятельности № ЛО-22-01-005198 от 14.12.2018г.

С целью продвижения оказываемых услуг на рынке, Общество разместило на своем сайте рассматриваемую рекламную информацию.

Закон о рекламе предъявляет общие требования к рекламе: «Реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются».

Согласно пункту 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществе рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В силу пункта 4 части 2 статьи 5 Закона о рекламе недобросовестной признается реклама, которая является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

Недобросовестной конкуренцией в соответствии с Федеральным законом от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» признаются любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам - конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации.

Актом недобросовестной конкуренции признаются действия противоправного характера, целью которых является приобретение преимущественного положения на конкретном товарном рынке (при сопоставимости товаров по продуктовым и географическим границам определенного товарного рынка).

Федеральный закон «О защите конкуренции» является основным законодательным актом, на основании которого антимонопольный орган осуществляет защиту от недобросовестной конкуренции.

В соответствии с пунктом 4 статьи 15 Конституции РФ общепризнанные принципы и нормы международного права и международные договоры Российской

Федерации являются составной частью ее правовой системы. Если международным договором Российской Федерации установлены иные правила, чем предусмотренные законом, то применяются правила международного договора.

Согласно пункту 1 статьи 10bis «Недобросовестная конкуренция» Конвенции по охране промышленной собственности, заключенной в г. Париже 20 марта 1883 года, актом недобросовестной конкуренции считается всякий акт конкуренции, противоречащий честным обычаям в промышленных и торговых делах.

Главой 2.1 Федерального закона «О защите конкуренции» установлен запрет на недобросовестную конкуренцию.

В частности в соответствии со статьей 14.3 Закона не допускается недобросовестная конкуренция путем некорректного сравнения хозяйствующего субъекта и(или) его товара с другим хозяйствующим субъектом – конкурентом и (или) его товаром, в том числе сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и(или) его товаром путем использования слов «лучший», «первый», «номер <...> », «самый», «только», «единственный», иных слов или обозначений, создающих впечатление о превосходстве товара и (или) хозяйствующего субъекта, без указания конкретных характеристик или параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, либо в случае, если утверждения, содержащие указанные слова, являются ложными, неточными или искаженными.

На территории города Барнаула Алтайского края деятельность в области офтальмологии, помимо МЦ «ИнтерВзгляд», осуществляют и иные хозяйствующие субъекты-конкуренты – Алтайская краевая офтальмологическая больница, клиника «Сибирский взгляд», клиника «ВИЗ», МЦ «Новый взгляд», Центр семейной офтальмологии, МЦ «Евростиль», МЦ «Микрохирургии глаза» и пр., что указывает на достаточно развитую и конкурентоспособную на территории города медицинскую помощь в области офтальмологии.

Использование в рассматриваемой рекламе слова в превосходной степени «лучше» применительно к тому, что в Центре офтальмологии «ИнтерВзгляд» «лучше доктора», «лучше оборудование» без указания конкретных параметров, по которым осуществляется сравнение с докторами и оборудованием других офтальмологических клиник, указывает на недобросовестность и недостоверность рассматриваемой рекламы.

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.

Согласно статье 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных частями 2, 3 статьи 5 настоящего Федерального закона, несет

рекламодаделец – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодателем рассматриваемой рекламы, исходя из обстоятельств размещения, является ООО «МЦ «ИнтерВзгляд», ИНН 2221230831, адрес: г.Барнаул, пр-т Ленина, д.147В, оф.3.

Реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, признается ненадлежащей рекламой.

В соответствии со статьей 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Вместе с тем, в соответствии с пунктом 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при добровольном устранении лицом (лицами) совершенного нарушения антимонопольный орган вправе не выдавать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Комиссией Алтайского краевого УФАС России при рассмотрении дела установлено, что реклама ООО «МЦ «ИнтерВзгляд» приведена в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации о рекламе – словосочетания с использованием слова в превосходной степени «лучше» применительно к докторам и оборудованию Обществу из рекламы исключены, что свидетельствует о нецелесообразности выдачи предписания.

Нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу «Центр офтальмологии «ИнтерВзгляд» Лучше доктора. Лучше оборудование. Лучше зрение. ИнтерВзгляд – 21 год с заботой о вашем зрении», размещенную на сайте барнаул.интервзгляд.рф в сети Интернет, поскольку при ее размещении нарушены требования пункта 1 части 3 статьи 5, пункта 4 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ООО «МЦ «ИнтерВзгляд» не выдавать.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Алтайского краевого УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 КоАП РФ

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

Председатель Комиссии: <...>

Члены Комиссии: <...>