

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

о возбуждении дела № 4-05/101 по признакам нарушения
законодательства Российской Федерации о рекламе

10 декабря 2014 года

г. Хабаровск

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, рассмотрев материалы, представленные отделом рекламы и недобросовестной конкуренции, о признаках нарушения ООО «Медстомэлит» требований пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» при размещении недостоверной рекламы о преимуществах устанавливаемых имплантов,

УСТАНОВИЛ:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Управлением Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю 21.11.2014 г. отслежена реклама следующего содержания: «Акция месяца. Звоните. Лучшие зубные импланты. 29-40-49. Уссурийский бульвар, 20. стоматология МЕДСТОМ», распространяемая по адресу: г. Хабаровск, пересечение ул. Дзержинского-Ленина (напортив входа в гостиницу «Амур»).

Присутствующее в рекламе словосочетание «Лучшие зубные импланты» воспринимается не просто как информация об услуге, которую можно получить в данном медицинском учреждении, а о получении услуги с применением лучших имплантов.

Термин «лучший» означает: «самого высокого качества, самого хорошего свойства» (С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова, «Толковый словарь русского языка», 4-е издание, дополненное, М., 1999, стр. 335).

То есть, слово «лучший» выражает степень превосходства, поэтому его употребление создает представление о том, что в стоматологии «МЕДСТОМ» устанавливают лучшие импланты из числа однородных и обладающие более высокими достоинствами и преимуществами перед всеми остальными, включая качество, ассортимент, ценовой уровень, тем самым стимулирует интерес потребителей именно к услугам данной клиники.

Федеральный закон «О рекламе» не содержит прямого запрета на использование в рекламе терминов в превосходной степени, однако устанавливает требование к

достоверности распространяемой рекламы, поскольку утверждение степени превосходства предполагает особую востребованность с точки зрения качества для потребителей.

В соответствии с пунктом 29 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда (№58 от 8 октября 2012 г.) «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» необходимо исходить из того, 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», 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.

Из данных разъяснений следует, что заявление о преимуществах, в том числе, формулировка «Лучшие импланты», содержащая прилагательное в превосходной степени, должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

В отсутствие конкретного критерия сравнения создается впечатление, что импланты, обладают преимуществом по всем критериям.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, признается недостоверной и не допускается.

Ответственность за нарушение требований пункта [1 части 3 статьи 5](#) ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель.

Установлено, что рекламодателем является ООО «Медстомэлит».

Данный факт подтверждается договором аренды рекламных конструкций № 37 от 01.11.2014, заключенным между ИП Х. и ООО «Медстомэлит».

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1,2 статьи 36 Федерального Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу № 4-05/101 по признакам нарушения законодательства о рекламе.

2. Признать лицом, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО «Медстомэлит» (место нахождения: 680000, г. Хабаровск, Уссурийский бульвар, 20, пом. 1).

3. Назначить дело № 4-05/101 к рассмотрению на 25 декабря 2014 г. в 11 час. 30 мин. по адресу: г. Хабаровск, ул. Запарина, 67, каб. 23.

4. ООО «Медстомэлит» в пятидневный срок с момента получения настоящего определения представить в Хабаровское УФАС России следующие документы:

- протокол собрания учредителей о назначении руководителя общества;
- платежные документы, подтверждающие оплату по договору аренды рекламной конструкции по адресу: г. Хабаровск, пересечение ул. Дзержинского-Ленина
- иные места распространения данной рекламы в г. Хабаровске (с подтверждающими документами);
- пояснения по факту размещения недостоверной рекламы о преимуществе устанавливаемых имплантов.

Документы должны быть заверены подписью руководителя и печатью общества.

Явка ООО «Медстомэлит», в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, обязательна.

