



**ФЕДЕРАЛЬНАЯ
АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА**

**УПРАВЛЕНИЕ
Федеральной антимонопольной службы
по Ярославской области**

Свободы ул., д. 46, г. Ярославль, 150999
тел. (4852) 72-95-20, факс (4852) 32-93-71
e-mail: to76@fas.gov.ru

08.02.2016 № 12-1/04-01

На № _____ от _____

ООО «София»

ул. Пушкина, д. 18, помещение 37
г. Ярославль, 150000,

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 04-01/53-15

«26» января 2016 года

г. Ярославль

Комиссия Ярославского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя Управления Завьялов Михаил Федорович,

члены Комиссии: начальник отдела естественных монополий и рекламы Бай-Бородина Л.Ю., ведущий специалист-эксперт Ивнева М.Б., ведущий специалист-эксперт Солодяшкина С.Д., рассмотрев дело № 04-01/53-15, возбужденное по признакам нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее ФЗ «О рекламе») по факту размещения информации рекламного характера в «Диспансерной книжке беременной женщины» с признаками нарушения требования пунктов 1, 2 части 2 статьи 5, части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе»

в присутствии представителя Общества с ограниченной ответственностью «София» (далее – ООО «София», в рекламной информации многопрофильная клиника PRIMAMED) директора Казаковой Елены Владимировны и представителя по доверенности Атаманова Сергея Геннадьевича (доверенность от 25.01.2016 года),

УСТАНОВИЛА:

Ярославским УФАС России в результате внеплановой документарной проверки, проведенной в связи с поступившим обращением гражданина (вх. 8053 от 11.08.2015) в соответствии с распоряжением о проведении проверки от 19.08.2015 № 7901/04-01 в отношении ООО «София» установлены факты размещения информации рекламного характера в «Диспансерной книжке беременной женщины» выпуск №24 подписанного в печать 22.01.2015г.,

001622

полученной заявителем при постановке на учет в женской консультации клинической больницы №1 по адресу: г. Ярославль, проспект Октября, д. 52 в марте 2015 с текстом следующего содержания: «Уникальный УЗИ-аппарат, Единственный в городе и области! Инновации в 4D УЗИ сверхточный аппарат GE Voluson E8» «Акция скидка 60%» «Прием ведут специалисты УЗИ диагностики: - профессор Охапкин М.Б., - доцент Слепцов А.Р.».

Заявителем при обращении представлена страница из диспансерной книжки с текстом «Уникальный УЗИ-аппарат, Единственный в городе и области! Инновации в 4D УЗИ сверхточный аппарат GE Voluson E8».

Данный факт был зафиксирован в Акте проверки № 8 от 11.09.2015.

Определением о возбуждении дела № 04-01/53-15 от 27.10.2015 ООО «София» было привлечено к участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения пунктов 1, 2 части 2 статьи 5 и части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Комиссия, рассмотрев материалы дела, заслушав доводы представителей ООО «София», пришла к следующим выводам.

В соответствии со статьёй 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе») реклама – информация, распространяемая 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; объект рекламирования – товар, средство 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.

Рассматриваемая информация следующего содержания: «Уникальный УЗИ-аппарат, Единственный в городе и области! Инновации в 4D УЗИ сверхточный аппарат GE Voluson E8» «Акция скидка 60%» «Прием ведут специалисты УЗИ диагностики: -профессор Охапкин М.Б., - доцент Слепцов А.Р.», размещенная в «Диспансерной книжке беременной женщины» выпуск 24, подписанной в тираж 22.01.2015г. является рекламой поскольку она адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к проведению услуг УЗИ аппаратом GE Voluson E8 для беременных женщин, формирование и поддержание интереса к услугам, которые оказываются многопрофильной клиникой PRIMAMED (ООО «София»).

Частью 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» установлено, что реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В данной норме запрещается приведение в рекламе некорректного сравнения.

В толковом словаре термин «корректный» определяется как «правильный, точный». Соответственно для целей определения понятия некорректного сравнения необходимо понимать неточное, неправильное сравнение.

Так, некорректным может быть признано сравнение, при котором создается общее вводящее в заблуждение впечатление.

Кроме того, также к некорректному сравнению могут быть отнесены случаи, когда делается вывод о превосходстве одного хозяйствующего субъекта над другим. При этом в рекламе может приводиться как сравнение рекламируемого субъекта с конкретными конкурентами, так и сравнение рекламируемого товара со всеми субъектами, действующими на товарном рынке путем использования слов «единственный», «уникальный». В данном случае ООО «София» и предоставляемые указанным субъектом услуги на соответствующем рынке позиционируются как уникальные, не имеющие аналогов. Достоверность и добросовестность рекламы при этом должна обеспечиваться как в момент её производства (изготовления), так и в последующем, в течение всего периода ее распространения. Диспансерная книжка беременной женщины выдается при постановке на учет, при этом, с течением времени она не подлежит замене, помимо исключительных случаев ее утраты или повреждения. Таким образом, заведомо, период распространения одной рекламы примерно соответствует сроку с момента постановки на учет и до разрешения беременности, на этот период рекламодаделец должен обеспечить достоверность и добросовестность рекламы, в том числе в части скрытых сравнений с конкурентами. Комиссией установлено, что на странице 1 (обложке) диспансерной книжки выпуск №24, т.е. непосредственно рядом с рекламой ООО «София» расположена реклама ООО «Юнона», которое также указывает, что проводит УЗИ-исследования с помощью аппарата GE Voluson E8. В заседании Комиссии представители ООО «София» пояснили, что аппарат, применяемый в их клинике отличается по техническим характеристикам от того, который применяется в ООО «Юнона». В то же время, сама реклама указаний на такие различия не содержит. В то же время, при использовании в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, путем употребления слов "единственный", "уникальный", должно производиться с указанием конкретного критерия (паспортные характеристики), 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.

В рассматриваемой рекламе содержится утверждение «Уникальный УЗИ-аппарат», «Единственный в городе и области», которое может рассматриваться как некорректное сравнение, поскольку указание «единственный» (синонимы: «редкий», «уникальный»), что может способствовать возникновению предположений о наличии одного единственного в городе Ярославле и области 4D УЗИ аппарата GE Voluson E8.

Согласно разъяснений, содержащихся в пункте 9 Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда РФ от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе", при анализе информации, содержащейся в рекламе, необходимо иметь в виду, что рекламодатель несет ответственность за достоверность не только тех сведений, которые относятся к его собственной деятельности (товару), являющейся объектом рекламирования, но и тех сведений, которые относятся к деятельности (товару) его конкурентов, объектом рекламирования не являющейся.

Использование в рекламе терминов (утверждений) в том числе «единственный» предполагает изначально, что они не соответствуют действительности, если рекламодатель не подтвердит их истинность, предоставив документальные доказательства.

Информация о том, что указанный аппарат GE Voluson E8 единственный в городе и области ООО «София» не подтверждена. В материалы дела ООО «София» представлены информация о закупке аппарата УЗИ экспертного класса (система GE Voluson E8 Эксперт) у поставщика для государственных учреждений здравоохранения за период 30.12.2014 года по 22.01.2015, представлен Договор лизинга от 20.09.2013 №67, Договор лизинга от 17.10.2013 №50, Договор лизинга от 20.09.2013 №66, в том числе документы, подтверждающие приобретение ООО «Лизинговой компании «Капитал-Лизинг» аппарата Voluson E8 для передачи в пользование ООО «София» на основании Договор лизинга от 22.01.2014 № 52.

Однако, из указанных документов не представляется возможным сделать вывод о том, что у ООО «София» находится в эксплуатации «Уникальный УЗИ-аппарат, Единственный в городе и области!».

Таким образом, реклама «Уникальный УЗИ-аппарат, Единственный в городе и области! Инновации в 4D УЗИ сверхточный аппарат GE Voluson E8» «Акция скидка 60%» «Прием ведут специалисты УЗ диагностики: -профессор Охупкин М.Б., - доцент Слепцов А.Р.», размещенная в «Диспансерной книжке беременной женщины» выпуск №24, подписанный в печать 22.01.2015г. является ненадлежащей в части указания в ней на то, что аппарат GE Voluson E8 является единственным в городе и области и уникальным, в связи с нарушением требований п. 1 ч. 2 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» - наличием некорректного сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Кроме того, в рекламе указано «Прием ведут специалисты УЗ-диагностики: - профессор Охапкин М.Б. -доцент Слепцов А.Р., информация об оказании услуг иными специалистами отсутствует. ООО «София» представлены (вх. 13231 от 24.12.2015) сведения о количестве лиц, которым были оказаны услуги в период проведения акции, а также сведения о количестве оказанных услуг профессором Охапкиным М.Б., доцентом Слепцовым А.Р. и иными специалистами.

Комиссией установлено: в период с 01.06.2015 по 30.07.2015 согласно указанной в рекламе скидке услуга 4D УЗИ была оказана 83 клиентам врачами Мешковой А.К., Хохловой А.С., Сягиным А.А, и Слепцовым А.Р. (1 раз за период).

В ответ на запрос Ярославского УФАС России (вх. 80535 от 11.08.2015) ООО «София» представлены Трудовой договор ООО «София» с Слепцовым А.Р. от 01.04.2015, договоры подряда ООО «София» с Охапкиным М.Б. от 12.01.2015, 01.02.2015, 01.03.2015, 01.04.2015, 01.05.2015, 01.06.2015, 01.07.2015, 03.08.2015. Согласно пояснений представителя ООО «София» профессором Охапкиным М.Б. услуга не оказывалась в связи с тем, что возникли трудности овладения навыками пользования указанным оборудованием. Однако на момент рассмотрения дела указание на то, что услуга может быть оказана профессором Охапкиным М.Б. в рекламе имеется. Кроме того, заявители пояснили, что для организации приема Слепцовым А.Р. необходимо осуществить предварительную запись в связи с наличием значительной очереди, а также в связи с тем, что указанный специалист работает в клинике по совмещению.

Вместе с тем, заявитель в обращении ссылается на то, что ей было отказано в осуществлении УЗИ диагностики Слепцовым А.Р. 28.08.2015, при посещении клиники ПРИМАМЕД 03.08.2015 года, с учетом имеющегося купона на скидку 60% было отказано с указанием на следующие ограничения: у Слепцова А.Р. запись на прием без скидки, у любого другого врача с учетом скидки, указанной в купоне.

ООО «София» даны пояснения о том, что рекламное предложение в «Диспансерной книжке беременной женщины» является офертой и «действует в течение периода, начиная с первого дня распространения рекламы и заканчивая днем, наступившим через два месяца со дня последнего распространения такой рекламы» (Пояснения от 01.09.2015 за подписью директора ООО «София» Казаковой Е.В.). Согласно представленных пояснений руководителя ООО «София» «Диспансерная книжка беременной женщины» переиздается 1 раз в четыре месяца. Согласно пункту 2.5. Договора б/н от 22.12.2014, заключенного между ООО «Российские справочники» (Исполнитель) и ООО «София» (Заказчик) на размещение информационного модуля Заказчика в «Диспансерной книжке беременной женщины» Исполнитель обязуется предоставить готовое издание в женские консультации Ярославля и Ярославской области до 10.02.2015г. для распространения в течении четырех месяцев объявленным тиражом.

Частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

На момент рассмотрения дела ООО «София» не представлены документы, подтверждающие дату, время оказания услуг 4D УЗИ в период проведения акции «скидка 60%», профессором Охупкиным М.Б., доцентом Слепцовым А.Р., а также документы, подтверждающие условия и сроки проведения акции «скидка 60%» в рекламируемой листовке.

Оценивая довод о том, что изложенная реклама является публичной офертой, Комиссия отмечает следующее. В соответствии со ст.437 ГК РФ реклама и иные предложения, адресованные неопределенному кругу лиц, рассматриваются как приглашение делать оферты, если иное прямо не указано в предложении.

Содержащее все существенные условия договора предложение, из которого усматривается воля лица, делающего предложение, заключить договор на указанных в предложении условиях с любым, кто отзовется, признается офертой (публичная оферта).

Распространяемая информация по своей природе является рекламой, а значит, ее следует рассматривать, как предложение делать оферты. В данном случае имеет место описание преимуществ многопрофильной клиники Примамед, а также оказываемых ею услуг, конкретных предложений о заключении конкретных договоров в рекламе не имеется, соответственно она не является публичной офертой.

Из текста рекламы не следует, что акция ограничена во времени, сроки ее проведения не установлены. Комиссия исходит из того, что диспансерная книжка беременной женщины не подлежит замене, после выпуска следующего тиража, а значит, в отсутствие специальных указаний, потребитель не имеет возможности и обязанности предполагать какие-либо ограничения по срокам проведения соответствующей акции.

В то же время, для потребителя являются существенными условия о сроках действия акции, поскольку это влияет на размер оплаты, а также о том, какой именно врач будет осуществлять прием, поскольку отношения врача и пациента, в том числе в рассматриваемой сфере зачастую строятся на доверии опыту и знаниям конкретного специалиста.

Таким образом, реклама «Уникальный УЗИ-аппарат, Единственный в городе и области! Инновации в 4D УЗИ сверхточный аппарат GE Voluson E8» «Акция скидка 60%» «Прием ведут специалисты УЗИ диагностики: -профессор Охупкин М.Б., - доцент Слепцов А.Р.», размещенная в «Диспансерной книжке беременной женщины» выпуск №24, подписанный в печать 22.01.2015г. в части отсутствия существенные условия о:

- сроках проведения акции «скидка 60%»;

- необходимости заблаговременной записи на прием к специалисту Слепцову А.Р., невозможности приема в день обращения;

- о том, что фактически прием в приоритетном порядке осуществляют иные врачи, а именно Мешкова А.К., Хохлова А.С., Сягин А.А, (всего 82 раза за рассматриваемый период против 1 раза Слепцовым А.Р.)

является ненадлежащей, в связи с нарушением в ней ч. 7 ст. 5 Федерального закона №38-ФЗ «О рекламе» - отсутствием части существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Согласно части 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частью 2, частью 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно договору ООО «София» с ООО «Российские справочники» б/н от 22.05.2015 ООО «София» поручает к размещению в «Диспансерной книжке беременной женщины» для распространения информационный модуль с текстом «Уникальный УЗИ-аппарат, Единственный в городе и области! Инновации в 4D УЗИ сверхточный аппарат GE Voluson E8» «Акция скидка 60%» «Прием ведут специалисты УЗ диагностики: -профессор Охупкин М.Б., - доцент Слепцов А.Р., утвержденный директором ООО «София».

Таким образом, исходя из указанного договора, ООО «София» является рекламодателем.

Признаков нарушения пункта 2 части 2 статьи 5 ФЗ «О рекламе» комиссией не установлено, поскольку отсутствует в рекламе информация, порочащая деловую репутацию иных предприятий, оказывающих услуги УЗИ.

На момент рассмотрения дела ООО «София» представлена «Диспансерная книжка беременной женщины» (подписана в печать 26.05.2015), в которой реклама ООО «София» не содержит утверждения «Единственный в городе и области!», однако иные нарушения антимонопольного законодательства не устранены.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42, 44, 45, 48 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу следующего содержания: «Уникальный

УЗИ-аппарат, Единственный в городе и области! Инновации в 4D УЗИ сверхточный аппарат GE Voluson E8» «Акция скидка 60%» «Прием ведут специалисты УЗ диагностики: -профессор Охапкин М.Б., - доцент Слепцов А.Р.» размещаемую в диспансерных книжках беременных женщин, поскольку нарушены требования пункта 1 части 2, части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО «София» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе, предусмотренных требованием части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Ярославского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме «08» февраля 2016 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

М.Ф. Завьялов

Члены Комиссии

Л.Ю. Бай-Бородина

М.Б. Ивнева

С.Д. Солодяшкина