

## РЕШЕНИЕ

по делу № 027/05/5-940/2022

16 сентября 2022 года  
Хабаровск

г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:

заместитель руководителя управления.

Члены Комиссии:

начальник отдела рекламы и недобросовестной конкуренции,

главный специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции,

рассмотрев дело № 027/05/5-940/2022 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения – ООО «Хабаровский диагностический центр» (ИНН 2722119746 место нахождения: 680011 г. Хабаровск, ул. Казачья гора, д. 1, оф. 1) рекламы, нарушающей требования пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»),

в присутствии представителя ООО «Хабаровский диагностический центр», (доверенность),

### УСТАНОВИЛА:

В Хабаровское УФАС России поступило обращение (вх. № 4/10429 от 28.06.2022) о размещении в сети Интернет рекламы оказания услуг УЗИ с использованием термина в превосходной степени.

На веб сайте Яндекс в поиске по запросу «Сделать УЗИ в Хабаровске» появляется реклама: «Хабаровский диагностический центр. УЗИ В ХАБАРОВСКЕ. \*Высокая точность результатов. \*Пожалуй, лучшие врачи Хабаровска. \*Результат в день исследования. Цена от 590 р. +7 (4212) 58-88-88 Запись на прием. Имеются противопоказания. Проконсультируйтесь с врачом».

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «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 содержания вышеуказанной информации следует, что таковая по своему содержанию и целевой направленности является рекламой, так как адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (медицинской услуге - УЗИ), формирование и поддержание интереса к ней.

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

В соответствии с требованиями пункта 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.

Рассматриваемая фраза: «Пожалуй, лучшие врачи Хабаровска» содержит слово «лучший», которое не только означает «самого высокого качества, самого хорошего свойства» (С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова, «Толковый словарь русского языка», 4-е издание, дополненное, М., 1999), но и несет смысловую нагрузку, связанную с выражением превосходной степени. Фраза «Пожалуй, лучшие врачи Хабаровска» воспринимается буквально, при этом форма выражения рекламной информации исключает двусмысленность ее восприятия.

Использованная в рассматриваемой рекламе фраза «Пожалуй, лучшие врачи Хабаровска», в нарушение требований пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе», направлена на выделение

рекламируемого медицинского центра «Хабаровский диагностический центр» среди других таких центров. Данная фраза подчеркивает превосходство центра, выгодно отличающее его от других. При этом использование слова «*Пожалуй, лучшие врачи Хабаровска*» в рекламе сообщает именно о преимуществах рекламируемого центра и оказываемых им услуг.

ФЗ «О рекламе» не содержит прямого запрета на использование в рекламе терминов в превосходной степени, однако устанавливает требование о достоверности распространяемой рекламы, ориентирует на необходимость обеспечить ее соответствие реальной действительности в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах, а также предусматривает ответственность за распространение недостоверной рекламы.

Несмотря на то, что в данном случае говорится только о вероятности рекламодателя относительно своего преимущества перед другими компаниями, подобная реклама вводит потребителя в заблуждение, так как слово «*пожалуй*» не меняет смысл используемого выражения и, по сути, содержит в себе сведения о преимуществах рекламируемых услуг.

Наличие в рекламе слова «*пожалуй*» не снизило заявляемую степень превосходства рекламируемого товара над аналогичными, поскольку основания или источники такого предположения также не указаны.

В соответствии с пунктом 29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики 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 «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).

Из данных разъяснений следует, что заявление о преимуществах, в том числе, формулировка *«Пожалуй, лучшие врачи Хабаровска»*, содержащая прилагательное в превосходной степени, должна иметь документальное и фактическое обоснование.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований пункта 1 части 3 статьи 5 Закона несет рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Установлено, что рекламодателем вышеуказанной рекламы является ООО «Хабаровский диагностический центр» (ИНН 2722119746 место нахождения: 680011 г. Хабаровск, ул. Казачья гора, д. 1, оф. 1).

Данный факт подтверждается информацией, предоставленной ООО «ЯНДЕКС» (вх. № 4/19736 от 11.08.2022).

До даты рассмотрения дела ООО «Хабаровский диагностический центр» предоставлены письменные пояснения и доказательства устранения нарушения (вх. № 4/20522 от 26.08.2022).

В ходе рассмотрения дела представитель ООО «Хабаровский диагностический центр» признала выявленное нарушение.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42-48 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

**РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащей рекламу: «Хабаровский диагностический центр. УЗИ В ХАБАРОВСКЕ. \*Высокая точность результатов. \*Пожалуй, лучшие врачи Хабаровска. \*Результат в день исследования. Цена от 590 р. +7 (4212) 58-88-88 Запись на прием. Имеются противопоказания. Проконсультируйтесь с врачом», размещаемую в информационно – телекоммуникационной системе Интернет – на веб сайте Яндекс в поиске по запросу «Сделать УЗИ в Хабаровске», поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

2. Обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства ООО «Хабаровский диагностический центр» (ИНН 2722119746 место нахождения: 680011 г. Хабаровск, ул. Казачья гора, д. 1, оф. 1) не выдавать в связи с добровольным устранением нарушения до даты рассмотрения дела.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Хабаровского 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 16 сентября 2022 года.

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

Председатель Комиссии

Члены Комиссии:

