

## **РЕШЕНИЕ**

**по делу № 070/05/24-77/2022**

Оглашена резолютивная часть 03 июня 2022 года

Изготовлено в полном объеме 06 июня 2022 года

г. Томск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Томской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председателя Комиссии – Абдурахманова А.Ф. – заместителя руководителя управления;

членов Комиссии: Безбородовой М.А. – заместителя начальника отдела контроля монополистической деятельности, Мельничук А.В. - ведущего специалиста-эксперта отдела контроля монополистической деятельности,

рассмотрев материалы дела № 070/05/24-77/2022, возбужденного в отношении общества с ограниченной ответственностью «Медицинский центр Генелли» (634029, Томская область, город Томск, улица Алтайская, 24, ОГРН: 1137017001296, Дата присвоения ОГРН: 28.01.2013, ИНН: 7017322577, КПП: 701701001, ДИРЕКТОР: Г), (далее – ООО «МЦ Генелли») по признакам нарушения части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

### **УСТАНОВИЛА:**

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Томской области (далее по тексту – Томское УФАС России) поступило обращение физического лица (далее также – Заявитель) с содержанием информации о признаках нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (вх. № 623 от 03.02.2022).

В обращении указано, что на сайте томской клиники «Генелли» (634029, Томская область, город Томск, улица Алтайская, 24, ОГРН: 1137017001296, Дата присвоения ОГРН: 28.01.2013, ИНН: 7017322577, КПП: 701701001, ДИРЕКТОР: Г.) в разделе «АКЦИИ» располагалось предложение с тезисом «ПОДАРИ СВОЕМУ МУЖУ ДЕВСТВЕННОСТЬ», где предлагается операция по

восстановлению гимена в качестве подарка мужчине на 23 февраля. Со слов заявителя данная операция КАК ПОДАРОК, может иметь негативные последствия для здоровья женщины.

Определением от 04.04.2022 в отношении ООО «МЦ Генелли» (634029, Томская область, город Томск, улица Алтайская, 24, ОГРН: 1137017001296, Дата присвоения ОГРН: 28.01.2013, ИНН: 7017322577, КПП: 701701001, ДИРЕКТОР: Г.) возбуждено производство по делу №070/05/24-77/2022. Рассмотрение дела назначено на 14.04.2022 в 15 часов 00 минут. В соответствии со статьей 34 Закона о рекламе ООО «МЦ Генелли» (ИНН 7017322577) надлежало в срок представить письменные пояснения по фактам, изложенным в определении (с приложением копий документов, регламентирующих условия рекламируемой медицинской услуги); копию устава, свидетельства о постановке на учет в налоговом органе; копию лицензии на осуществление лицензированного вида деятельности; основания для размещения рассматриваемой рекламы; период распространения рекламы; копии документов, регламентирующих условия рекламируемой медицинской услуги; сведения о способах, местах, периодах распространения данной рекламы; сведения о должностных лицах, ответственных за соблюдение рекламного законодательства; объяснения указанных лиц.

08.04.2022 вх. № 2544 в материалы дела поступили письменные пояснения ООО «МЦ Генелли» (ИНН 7017322577) из которых следует, что видеоролик с данной рекламой был размещен на сайте организации с 12 ноября 2021 г. по 04 февраля 2022 г.

Со слов ООО «МЦ Генелли» (ИНН 7017322577), видеоряд сопровождался текстовым предупреждением о наличии противопоказаний и уведомлением о необходимости получения консультации специалистов. Архивная копия не отражает всю информацию целиком.

Также, в пояснении указывается, что данная процедура (восстановление гимена) не может иметь негативных последствий для здоровья женщины, так как не затрагивает жизненно важные органы, проводится не по медицинским показаниям, а исключительно с добровольного волеизъявления женщины, по классификации МКБ-10 относится к классу Z41.8. т.е., проводится не с лечебными целями.

Условия рекламируемой услуги определены лицензионными требованиями к пластической хирургии (данная деятельность организации лицензирована).

Должностные лица, ответственные за соблюдение рекламного законодательства в ООО «МЦ Генелли» (ИНН 7017322577) не назначены ввиду отсутствия такого вида деятельности в организации.

На рассмотрении дела 14.04.2022 установлено, что разрешение дела в данном заседании невозможно, в связи с отсутствием кворума Комиссии по

рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе.

14.04.2022 определением об отложении рассмотрения дела отложено, дело № 070/05/24-77/2022 назначено на 27.04.2022 в 13 часов 30 минут.

27.04.2022 комиссия, изучив документы и материалы дела, приходит к выводу о необходимости получения дополнительных пояснений и доказательств по делу № 070/05/24-77/2022.

В соответствии со статьей 34 Закона о рекламе ООО «МЦ Генелли» (ИНН 7017322577) надлежало в срок представить письменные возражения, объяснения, пояснения по вменяемому нарушению законодательства о рекламе, с приложением необходимых документов и правовым обоснованием своей позиции.

Определением от 27.04.2022 об отложении и продлении срока рассмотрения дела № 070/05/24-77/2022 по признакам нарушения законодательства о рекламе назначено к рассмотрению на 20.05.2022 в 11 часов 00 минут.

20.05.2022 определением об отложении рассмотрения дела № 070/05/24-77/2022 рассмотрение назначено на 03.06.2022 в 10 часов 30 минут.

03.06.2022 в ходе расстояния дела № 070/05/24-77/2021 представители ООО «МЦ Генелли» (ИНН 7017322577) поддержали свои доводы, изложенные в письменных пояснениях ранее.

В материалы дела 03.06.2022 представлены дополнительные письменные пояснения ООО «МЦ Генелли» (ИНН 7017322577), согласно которым АКЦИЯ «ПОДАРИ СВОЕМУ МУЖУ ДЕВСТВЕННОСТЬ» проводилась в период с 12 ноября 2021 г. по 04 февраля 2022 г. и носила одноразовый характер. Данная реклама не является постоянно действующей акцией.

Из пояснений ООО «МЦ Генелли» (ИНН 7017322577) следует, что рекламный ролик сопровождался текстовым предупреждением о наличии противопоказаний и уведомлением о необходимости получения консультации специалистов. Однако вследствие того, что рекламная деятельность не является профилирующей для ООО «МЦ Генелли» (ИНН 7017322577), то организация полагала, что полностью выполнила требования Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 30.12.2021) «О рекламе», поместив предупредительную надпись об имеющихся ограничениях и противопоказаниях, и обязательной консультации со специалистами под видеорядом.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия считает установленным следующее.

Актом осмотра сайта <https://genelli.ru/> ООО «МЦ Генелли» (ИНН 7017322577) от 21.02.2022 г. установлено, что указанная Заявителем реклама отсутствует

на сайте медицинского центра.

Однако, данная реклама зафиксирована актом осмотра сайта <https://web.archive.org/> от 18.03.2022 г. Через поиск введена ссылка <https://genelli.ru/post/desc/podari-muzhu-devstvennost>, совершен переход по данной ссылке и получена архивная копия страницы ООО «МЦ Генелли» (ИНН 7017322577) от 04.02.2022 года по ссылке:

<https://web.archive.org/web/20220204055408/https://genelli.ru/post/desc/podari-muzhu-devstvennost>.

Данная архивная копия свидетельствует о наличии указанной Заявителем рекламы на сайте ООО «МЦ Генелли» ранее.

Также, данная реклама зафиксирована актом осмотра Интернет-сайта <https://lenta.ru/news/2022/02/04/podarok/> от 24.02.2022 г. на Lenta.ru - Новости России и мира сегодня по ссылке <https://t.me/dvachannel/85676> в разделе Telegram-канала «Двач».

Данными актами подтверждается распространение видео-рекламы ООО «МЦ Генелли» (ИНН 7017322577), где предлагается операция по восстановлению гимена в качестве подарка мужчине на 23 февраля. В данной рекламе медицинских услуг отсутствует предупреждение о наличии противопоказаний к ее применению и необходимости получения консультации специалистов, что является нарушением Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»).

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама – это 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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» объект рекламирования – это товар, средства 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.

Статьей 24 Федерального закона «О рекламе» установлены специальные требования к рекламе лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, методов народной медицины.

Согласно пункту 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 8 октября 2012 г. № 58 «О некоторых вопросах

практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

В соответствии с частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

Указанная норма требует включать в содержание рекламы лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий один из видов предупреждения:

- о наличии противопоказаний к их применению и использованию;
- о необходимости ознакомления с инструкцией по применению объекта рекламирования;
- о необходимости получения консультации специалистов.

При этом в зависимости от вида объекта рекламирования рекламодатель самостоятельно вправе определить, какой из этих видов предупреждения использовать в рекламе.

Таким образом, реклама медицинских услуг, должна содержать предупреждение, предусмотренное частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

В рекламе лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд и должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

Вместе с тем Федеральный закон «О рекламе» не содержит норм, определяющих каким именно образом необходимо осуществлять размещение текста в рекламе.

Информация должна быть четко и ясно доведена до потребителей рекламы для адекватного восприятия.

По мнению ФАС России, площадь предупреждения следует рассчитывать исходя из соотношения площади всего рекламного макета (рекламного объявления) и площади пространства, занимаемой текстом предупреждения, что подтверждается постановлением Арбитражного суда Северо-Кавказского округа от 06.03.2020 № Ф08-946/2020 по делу № А63-12076/2019.

Требования данной части не распространяются на рекламу, распространяемую в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, а также в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях, и на иную рекламу, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники.

Рассматриваемая реклама не содержит ни одного из видов предупреждения, что может привести к негативным последствиям для здоровья женщины, при оказании данного вида медицинских услуг.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе ненадлежащей является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Значит рассматриваемая реклама распространялась с нарушением требований части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

Согласно части 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодаделец.

Рекламодателем указанной рекламы является общество с ограниченной ответственностью «Медицинский центр Генелли» (634029, Томская область, город Томск, улица Алтайская, 24, ОГРН: 1137017001296, Дата присвоения ОГРН: 28.01.2013, ИНН: 7017322577, КПП: 701701001, ДИРЕКТОР: Г.).

В соответствии с пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922 «Об утверждении Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе», при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Вместе с тем, на заседании Комиссии представитель ООО «МЦ Генелли» пояснил, что нарушение рекламодателем требований части 7 статьи 24 Закона о рекламе было допущено неумышленно и произошло в результате отсутствия должных мер, направленных на соблюдение требований законодательства Российской Федерации о рекламе. Представленные письменные пояснения свидетельствуют о прекращении размещения рекламы в нарушение требований рекламного законодательства до рассмотрения дела по существу.

На основании изложенного, Комиссия приходит к выводу об отсутствии необходимости в выдаче предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», и в соответствии с пунктами 42, 44, 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922 «Об утверждении Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе», Комиссия

#### **РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащей видеорекламу ООО «МЦ Генелли» (634029, Томская область, город Томск, улица Алтайская, 24, ОГРН: 1137017001296, Дата присвоения ОГРН: 28.01.2013, ИНН: 7017322577, КПП: 701701001, ДИРЕКТОР: Г.) следующего содержания: «ПОДАРИ СВОЕМУ МУЖУ ДЕВСТВЕННОСТЬ», где предполагается операция по восстановлению гимена, которая не сопровождалась предупреждением о наличии противопоказаний к ее применению и необходимости получения консультации специалистов, что является нарушением требований части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не выдавать.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Томского УФАС России для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии:

А.Ф. Абдурахманов

Члены Комиссии:  
Безбородова

М.А.

А.В. Мельничук