



**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ
ПО ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ**

148, г. Тюмень, ул. Холодильная, 58а
;

тел. 50-

ОПРЕДЕЛЕНИЕ № Р17/01-5

о прекращении производства по делу № Р17/01-5

20.03.2017 г.
Тюмень

г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии:	<...>	- и.о. заместителя руководителя управления;
Члены Комиссии:	<...>	- заместитель начальника ОКСЗ;
	<...>	- ведущий специалист- эксперт ОКСЗ.

рассмотрев дело № Р17/01-5 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

В присутствии представителей:

от заявителя <...> - не явилась, извещена (уведомлено надлежащим образом);

- от ответчика ООО «Н» – <...> (по доверенности № б/н от 29.09.2015г.),

УСТАНОВИЛА:

В Тюменское УФАС России поступило обращение (вх. № 9685 от 20.12.2016г.) <...> по факту распространения вышеуказанной рекламы на интернет сайте www.neo-clinic.com, содержащей признаки нарушения рекламного законодательства Российской Федерации.

Как следует из заявления, в спорной рекламе отсутствует часть существенной информации, поскольку для того, что бы воспользоваться бесплатным приемом репродуктолога с УЗИ и 15% скидкой на лазерный хетчинг необходимо приобрести дорогостоящую процедуру ЭКО.

Определением № Р17/01-5 от 10.01.2017г. было возбуждено дело в отношении ООО «Н» по факту распространения рекламы содержащей признаки нарушения рекламного законодательства.

Согласно статье 3 Закона о рекламе, рекламой является 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; объект рекламирования - 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; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот; ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Как следует из [части 1 статьи 5](#) Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются. Реклама является средством продвижения товаров, работ и услуг, а также самого изготовителя или продавца рекламируемого товара на определенном рынке. Вместе с тем способ, форма и средства распространения соответствующей информации имеет существенное значение. Ненадлежащей рекламой

согласно [подпункту 4 статьи 3](#) Закона о рекламе является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Как следует из п. 2 ч. 3 ст. 5, [недостовойной](#) признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

Согласно ч. 7 ст. 5 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.

В соответствии с ч. 7 ст. 24 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. В рекламе, 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). Требования настоящей 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.

Как следует из письменных пояснений ООО «Н» (вх. № 777 от 03.02.2017г.), акция «Дни открытых дверей ЭКО: шаг за шагом» проходило четыре дня – 13, 15, 20, 22 декабря 2016г. Согласно условий акции в ней могли принять участие люди, заранее записавшиеся по телефону: <...>. Во время акции врачи ООО «Н» рассказывали пошагово о процедуре ЭКО

(экстракорпоральное оплодотворение): показания для проведения процедуры, этапы ее проведения, методики ИМСИ, ИКСИ, ПИСКИ, лазерный хетчинг, предимплантационный скрининг/диагностика, а также демонстрировали кабинеты приема, палату стационара. Во время самой акции не предполагалось проводить никаких консультаций, так как по окончании акции участник получает купон на бесплатный прием репродуктолога с ультразвуковой диагностикой, а также сертификат с 15% скидкой на процедуру «Лазерный хетчинг».

Согласно п. 7 Приказа Минздрава России от 30.08.2012 № 107н «О порядке использования вспомогательных репродуктивных технологий, противопоказаниях и ограничениях к их применению (далее – приказ), обследование и подготовка пациентов для оказания медицинской помощи с использованием вспомогательных репродуктивных технологий (далее - ВРТ) осуществляется в рамках оказания первичной специализированной медико-санитарной помощи, специализированной, в том числе высокотехнологичной, медицинской помощи. Обследование женщин проводится в медицинских организациях, имеющих лицензию на осуществление медицинской деятельности, предусматривающую выполнение работ (оказание услуг) по акушерству и гинекологии (за исключением использования вспомогательных репродуктивных технологий) и/или акушерству и гинекологии (использованию вспомогательных репродуктивных технологий). Обследование мужа, мужчины, не состоявшего в браке с женщиной (далее - партнер), давшего совместно с женщиной информированное добровольное согласие на применение ВРТ, осуществляется в медицинских организациях, имеющих лицензию на осуществление медицинской деятельности, предусматривающую выполнение работ (оказание услуг) по урологии.

В соответствии с п. 8 Приказа, для определения показаний к применению ВРТ и установления причин бесплодия осуществляется:

а) оценка эндокринного и овуляторного статуса (определение уровня пролактина, гонадотропинов и стероидных гормонов в крови, ультразвуковое трансвагинальное исследование матки и придатков);

б) оценка проходимости маточных труб и состояния органов малого таза (путем лапароскопии), в случае отказа женщины от лапароскопии могут выполняться альтернативные методы обследования - гистеросальпингография, контрастная эхогистеросальпингоскопия;

в) оценка состояния эндометрия (ультразвуковое трансвагинальное исследование матки (эндометрия), гистероскопия, биопсия тканей матки (эндометрия);

г) исследование эякулята мужа (партнера), в случае выявления агглютинации сперматозоидов проводится смешанная антиглобулиновая реакция сперматозоидов;

д) обследование мужчины и женщины на наличие урогенитальных инфекций.

Таким образом, учитывая вышеизложенное, для того, что бы воспользоваться бесплатным приемом репродуктолога с УЗИ, необходимо было записаться на акцию и получить сертификат, срок действия которого до 01.06.2017г, что непосредственно и отражено в тексте спорной рекламы.

Кроме того, для получения 15% скидки на «Лазерный хетчинг», пациентка не должна участвовать именно в процедуре ЭКО, а должна была записаться на акцию, получить сертификаты и к моменту приема, предоставить в Клинику документы, предусмотренные п. 8 Приказа.

Таким образом, Комиссия не усматривает нарушения требований рекламного законодательства в рассматриваемой рекламе, поскольку спорная реклама содержит соответствующие действительности сведения в полном объеме и в которой содержится указание на необходимость консультации с врачом.

Согласно п. 3.56 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе утвержденного приказом ФАС России от 23.11.2012г. № 711/12 (далее – Административный регламент), Комиссия принимает решение о прекращении рассмотрения дела, если в процессе рассмотрения дела будет установлено, что отсутствуют факты нарушения законодательства о рекламе.

На основании изложенного, в соответствии пункта 3,56 Административного регламента, в связи с отсутствием факта нарушения законодательства о рекламе, Комиссия

ОПРЕДЕЛИЛА:

Производство по делу № **P17/01-5**, возбужденному в отношении ООО «Н», прекратить.

Председатель комиссии
>

<...>

Члены комиссии

<...>