

## РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 073/05/5-92/2020

Резолютивная часть решения объявлена 18.03.2020

Решение в полном объеме изготовлено 27.03.2020  
Ульяновск

г.

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

председатель комиссии - зам. руководителя управления - начальник отдела <>.,

члены комиссии: - ведущий специалист-эксперт <>.,

- специалист-эксперт <>.,

рассмотрев дело № 073/05/5-92/2020 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения в сети «Facebook» (<https://www.facebook.com/>) рекламы (публикации с пометкой «Реклама») услуг клиники Елены Масляницыной «ReLine», содержащей признаки нарушения пунктов 1, 4 части 2, пункта 4 части 3 статьи 5 и части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - *Федеральный закон «О рекламе»*),

в присутствии от лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, - общества с ограниченной ответственностью «Форвард» (далее - ООО «Форвард»), ОГРН 1027301166925, ИНН 7325035190, расположенного по адресу: 432017, г. Ульяновск, ул. Радищева, д. 31, - представителя У<>вой О.А. (доверенность от 12.03.2020, паспорт),

### УСТАНОВИЛА:

Ульяновским УФАС России определением от 19.02.2020 возбуждено дело № 073/05/5-92/2020 по признакам нарушения п.п. 1, 4 ч. 2, п. 4 ч. 3 ст. 5 и ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе» по факту распространения в сети «Facebook» (<https://www.facebook.com/>) рекламы (публикации с пометкой «Реклама») услуг клиники Елены Масляницыной «ReLine». К участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, привлечено ООО «Форвард». Рассмотрение дела назначено на 18.03.2020.

В письменных пояснениях ООО «Форвард» (вх. № 1646 от 16.03.2020) и представителем общества на заседании комиссии 18.03.2020 сообщено, что у ООО «Форвард» не было умысла ввести потребителей в заблуждение. В рассматриваемой рекламе клиникой «ReLine» использована сравнительная характеристика объекта рекламирования (вакуумно-роликового массажа), путем употребления слова «самый» («Самые привлекательные цены»), с иными услугами, а именно сравнивался лимфодренажный массаж лица 30 мин. за 890 руб. Менеджер, ответственный за размещение рекламы клиники в сети «Интернет», посчитал, что достаточно написать фразу: «Подробности по телефону». Потребитель, осуществив телефонный звонок, узнает, в чем заключается привлекательность цен клиники. Отсутствие в рассматриваемой рекламе

предупреждения о наличии противопоказаний к применению рекламируемых услуг свидетельствует о возможных неполадках в настройках рекламных компаний в сети «Facebook».

Исследовав материалы дела № 073/05/5-92/2020, Комиссия приходит к выводу о необходимости признать рекламу услуг вакуумно-роликового массажа на аппарате «Старвак» в клинике «ReLine», распространённую в сети «Facebook» (<https://www.facebook.com/>), содержащую нарушение п.п. 1, 4 ч. 2 ст. 5 и ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе», ненадлежащей. При этом Комиссия исходит из следующего.

Специалистами Ульяновского УФАС России в феврале 2020 года установлен факт распространения в сети «Facebook» по адресу: <https://www.facebook.com/> рекламы (публикации с пометкой «Реклама») услуг вакуумно-роликового массажа на аппарате «Старвак» в клинике Елены Масляницыной «ReLine».

Указанная реклама состоит из текстовой и видеозвуковой информации следующего содержания:

- *«ReLine - клиника Елены Масляницыной». Вакуумно-роликовый аппаратный массаж на аппарате Старвак (Starvac SP) - это один из самых современных и эффективных аппаратных массажеров, предназначенных для решения проблем эстетики тела. А ещё у нас самая лучшая цена на данную процедуру! Звоните 75-99-75»* (текст);

- в кабинете при проведении процедуры вакуумного массажа девушка рассказывает: *«А вы уже начали подготовку к весенне-летнему сезону. Тогда приглашаем вас в клинику «Релайн». Как говорится в знаменитой поговорке, готовь сани летом..., а фигуру нужно готовить уже сейчас. Приглашаем вас в клинику «Релайн» на процедуру вакуумно-роликового массажа на аппарате «Старвак», который быстро устранил отечность, избавит вас от целлюлита и лишних сантиметров»* (видеоролик).

В соответствии с п.п. 1, 2 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» реклама - информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому 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.

Согласно п. 1 ч. 2 ст. 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 соответствии с п. 4 ч. 2 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» недобросовестной признается реклама, которая является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

Согласно п. 1 ст. 14.3 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» не допускается недобросовестная конкуренция путем некорректного сравнения хозяйствующего субъекта и (или) его товара с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, в том числе, сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром путем использования слов «лучший», «первый», «номер один», «самый», «только», «единственный», иных слов или обозначений, создающих впечатление о превосходстве товара и (или) хозяйствующего субъекта, без указания конкретных характеристик или параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, либо в случае, если утверждения, содержащие указанные слова, являются ложными, неточными или искаженными.

В рассматриваемой рекламе использована сравнительная характеристика объекта рекламирования с иными товарами (услугами) путем употребления слова «самые», без указания конкретных характеристик или параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение. При этом (как пояснено ООО «Форвард») заявление: «самая лучшая цена» касается только 30-минутного лимфодренажного массажа лица из перечня услуг вакуумно-роликового массажа на аппарате «Старвак», оказываемых в клинике, при сравнении цен на аналогичную услугу вакуумно-роликового массажа на аппарате «Старвак» в других клиниках г. Ульяновска.

В клинике Елены Масляницыной «ReLine» оказывают следующие виды вакуумно-роликового массажа на аппарате «Старвак»: процедура на аппарате «Старвак», тело - 30 мин., 60 мин. и 90 мин. - 1300 руб., 2300 руб. и 2800 руб., соответственно (цены, указанные на сайте: [www.reline-clinic.ru](http://www.reline-clinic.ru)); процедура на аппарате «Старвак», верхняя часть тела/ нижняя часть тела; процедура на аппарате «Старвак», бедра и ягодицы и т.п., а также лимфодренажный массаж лица. Таким образом, указание о лучшей цене относится ко всем видам услуг вакуумно-роликового массажа на аппарате «Старвак», оказываемых в клинике, а не только к лимфодренажному массажу лица.

Оказание услуг (процедур) вакуумно-роликового массажа на аппарате «Старвак» осуществляется в г. Ульяновске, в том числе, в клиниках «Эстетической косметологии «La\_bioestetique» (ООО «Мед-Ла») и «Клиника здоровья и эстетики Н. Березиной» (ООО Клиника здоровья и эстетики»). При этом цены на отдельные виды вакуумно-роликового массажа на аппарате «Старвак» ниже, чем в «ReLine - клинике Елены Масляницыной».

Согласно п. 4 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

Нарушение указанной нормы Федерального закона «О рекламе» в ходе рассмотрения дела № 073/05/5-92/2020 не подтверждено.

В соответствии с ч. 7 ст. 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. 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.

В соответствии с п. 3 Порядка оказания медицинской помощи населению по профилю «косметология», утвержденному приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 18.04.2012 № 381н, оказание медицинской помощи по профилю «косметология» включает: диагностику и коррекцию врожденных и приобретенных морфофункциональных нарушений покровных тканей человеческого организма, в том числе возникающих вследствие травм и хирургических вмешательств, химиотерапевтического, лучевого и медикаментозного воздействия и перенесенных заболеваний; информирование населения о гигиенических рекомендациях по предупреждению заболеваний, профилактике преждевременного старения и инволюционной дегенерации кожи и ее придатков, подкожной жировой клетчатки и мышечного аппарата. Косметологические процедуры - мероприятия, применяемые с целью лечения и профилактики заболеваний, сопровождающихся косметическими дефектами, а также для предупреждения старения кожи и выпадения волос.

Согласно Номенклатуре медицинских услуг, утвержденной приказом Минздрава России от 13.10.2017 № 804н, перечень медицинских услуг состоит из двух классов:

- разд. А состоит из медицинских услуг, представляющих собой определенные виды медицинских вмешательств, направленные на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение; включены такие услуги, как вакуумное воздействие (код А17.30.010), воздействие другими физиотерапевтическими факторами (лимфомодуляция) (код А17.01.002.005), вакуумный массаж кожи (код А21.01.007);

- разд. В состоит из медицинских услуг, представляющих собой комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение; дерматовенерология и косметология включены в подраздел 008.

Медицинская помощь по профилю «Косметология» включает в себя комплекс лечебно-диагностических и реабилитационных мероприятий, направленных на сохранение или восстановление структурной целостности и функциональной активности покровных тканей человеческого организма (кожи и её придатков, подкожной жировой клетчатки и поверхностных мышц) (п. 2 Порядка оказания медицинской помощи по профилю «Косметология», утвержденного приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации

от 18.04.2012 № 381н).

Аппарат «Starvac SP» - аппарат физиотерапевтический для лечения вакуумом и лимфодренажа зарегистрирован в качестве изделия медицинского назначения (медицинской техники), регистрационное удостоверение на медицинское изделие № ФСЗ 2011/10829 от 21.10.2011.

Таким образом, в рассматриваемой рекламе объектом рекламирования являются медицинские услуги - вакуумно-роликовый аппаратный массаж на аппарате «Старвак» («Starvac SP»), однако предупредительная надпись, обязательная в силу ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе», в рекламе отсутствует.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Согласно ч. 6 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных ч. 2 ст. 5 и ч. 7 ст. 24 указанного Федерального закона.

В соответствии с п.п. 5, 7 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламодателем - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламодателем и рекламодателем в данном случае является ООО «Форвард», ОГРН 1027301166925, ИНН 7325035190.

Согласно ч.ч. 1, 3 ст. 36 Федерального закона «О рекламе» антимонопольный орган в пределах своих полномочий возбуждает и рассматривает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, принимает по результатам рассмотрения таких дел решения и выдает предписания, предусмотренные настоящим Федеральным законом. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе выдается на основании решения антимонопольного органа о признании рекламы ненадлежащей и должно содержать указание о прекращении ее распространения.

Нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях (ч. 4 ст. 38 Федерального закона «О рекламе»).

Административная ответственность за рассматриваемое нарушение Федерального закона «О рекламе» предусмотрена ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 и 3 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», в соответствии с пунктами 37-45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных

постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Комиссия

**РЕШИЛА:**

1. Признать рекламу услуг клиники Елены Маслянцовой «ReLine», распространённую в сети «Facebook» (<https://www.facebook.com/>), ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пунктов 1, 4 части 2 статьи 5 и части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
2. Выдать ООО «Форвард», ОГРН 1027301166925, ИНН 7325035190, предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Ульяновской области для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном статьёй 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 <>**

**Члены Комиссии: <>**