

ООО «Челябинск «Доктор Ост»

ул. Косарева, д. 63, пом. 1,
г. Челябинск, 454018

ул. Университетская набережная,
д. 34, г. Челябинск, 454000

РЕШЕНИЕ

по делу № 074/05/5-1185/2020

09 ноября 2020 года г. Челябинск

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

председателя Комиссии:	<...> – заместителя руководителя Челябинского УФАС России;
	<...> – начальника отдела контроля торгов и органов власти Челябинского УФАС России;
членов Комиссии:	<...> – главного специалиста-эксперта отдела контроля торгов и органов власти Челябинского УФАС России,

рассмотрев дело № 074/05/5-1185/2020, возбужденное в отношении ООО «Челябинск «Доктор Ост» по факту распространения рекламы, размещенной по адресу:
г. Челябинск, ул. Университетская Набережная, д. 34, следующего содержания: «А ты готов встретить коронавирус?» «Антивирусная профилактика за 5 сеансов», не соответствующей требованиям Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), в присутствии:

- представителя ООО «Челябинск «Доктор Ост» по доверенности от 19.10.2020
№ 1,

УСТАНОВИЛА:

В Челябинское УФАС России поступило обращение физического лица о размещении по адресу: г. Челябинск, ул. Университетская Набережная, д. 34, рекламы медицинской организации ООО «Доктор ОСТ», следующего содержания: «А ты готов встретить коронавирус?», «Антивирусная профилактика за 5 сеансов».

Согласно письму ООО «Челябинск «Доктор Ост» рассматриваемая реклама содержит сведения о медицинской услуге освечивания крови «ВЛОК/НЛОК».

Челябинским УФАС России произведен обзор официального сайта ООО «Челябинск «Доктор Ост» <https://dr-ost.ru/>, на котором содержится следующая информация: «УКРЕПЛЕНИЕ ИММУНИТЕТА - ЛУЧШАЯ ЗАЩИТА ОТ ВИРУСА! Крепкий иммунитет способен противостоять атаке вирусов и инфекций. Он защищает нас ежедневно, не только в период эпидемий. **Доктор Ост внедряет беспрецедентные меры профилактики коронавируса.** Мы приглашаем незамедлительно пройти курс аппаратного повышения иммунитета методом накожного лазерного освечивания крови (**НЛОК**). Уже за 5 сеансов можно оказать значительную поддержку иммунной системе и всему организму. За это время можно улучшить кровоснабжение, очистить кровь от токсинов, повысить функцию лейкоцитов, которые, как известно, повышают устойчивость к вирусам и бактериям. И все это, заметьте, без токсичного влияния лекарствами! НЛОК стимулирует естественные защитные функции».

С целью осуществления государственного контроля за соблюдением рекламного законодательства Челябинским УФАС России запрошено мнение специалиста ФГАОУ ВО «Южно-Уральский государственный университет» в целях оказания содействия в получении компетентного лингвистического мнения по следующим вопросам:

- создает ли реклама, содержащая сведения: «А ты готов встретить коронавирус?» впечатление о необходимости прохождения антивирусной профилактики в период пандемии COVID-19 в медицинском центре «Доктор ОСТ»;
- содержит ли указанная реклама неэтичные сведения в период пандемии COVID-19;
- создает ли указанная реклама впечатление о гарантии отсутствия угрозы заражения коронавирусом после прохождения антивирусной профилактики в медицинском центре «Доктор ОСТ».

Челябинским УФАС России получено заключение специалиста ФГАОУ ВО «Южно-Уральский государственный университет» (вх. № 12751 от 21.09.2020), доцента кафедры русского языка и литературы ФГАОУ ВО «ЮУрГУ (НИУ)», кандидата филологических наук, дополнительное образование: профессиональная переподготовка по программе «Судебная лингвистическая экспертиза: аналитико-экспертная деятельность филолога-практика», повышение квалификации в рамках программ: «Судебнолингвистическая экспертиза», «Лингвистическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты», «Лингвистическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты», которая аккредитована на право проведения экспертизы информационной продукции (далее – Заключение специалиста).

Так, в Заключении специалиста указано, что баннерное рекламное сообщение представляет информацию в

свернутом варианте («антивирусная профилактика за 5 сеансов»). Представленный материал относится к информационной продукции, которая имеет суггестивный, воздействующий потенциал.

В тексты включаются элементы, которые способствуют активному восприятию информации, обладают эффектом эмоционального заражения. В материале используются психологические приемы пробуждения импульса к подражанию, суггестии, нагнетания эмоций.

Так формируется значение, связанное с указанием на необходимость прохождения антивирусной профилактики в период пандемии COVID-19 в медицинском центре «Доктор ОСТ» в целях недопущения заболевания коронавирусом.

Текст «А ты готов встретить коронавирус?» соответствует типу убеждающей речи, относится к текстам с направленным воздействием, в нем реализуется речевая цель убеждение (наличие речевой стратегии, направленной на кооперацию с адресатом, выражение заинтересованности автора сообщения в том, чтобы адресат принял информацию, наличие высказываний убеждающего типа).

Кроме того, в Заключении специалиста также указано, что данное высказывание имеет форму утверждения о факте, репрезентатива. В предложении речь идет о том, что рекламируемая услуга является мерой профилактики коронавируса. Смысловая и композиционная связь двух высказываний (вопрос – ответ, проблема – решение) обуславливает их отнесенность к единому объекту речи (коронавирус). Какое-либо иное толкование является грубым нарушением законов цельности и связности текста.

Также, в Заключении специалиста указано, что рекламный образ апеллирует к известному образцу советского плакатного искусства – плакату Дмитрия Моора «Ты записался добровольцем?», созданному в 1920 году для Красной армии и ставшему эталоном агитационного искусства.

Кроме того, Челябинским УФАС России направлен запрос в Министерство здравоохранения Челябинской области о предоставлении мнения по следующим вопросам:

- является ли медицинская услуга «ВЛОК/НЛОК», в том числе с использованием медицинского аппарата «Лазмик-ВЛОК» мерой профилактики от заражения коронавирусом (COVID-2019);
- является ли медицинская услуга «ВЛОК/НЛОК», в том числе с использованием медицинского аппарата «Лазмик-ВЛОК» мероприятием, направленным на восприимчивый иммунитет, в том числе к использованию лекарственных средств для местного применения, обладающих барьерными функциями, о которых указано в разделе 7.2 Временных методических рекомендациях «Профилактика, диагностика и лечение новой коронавирусной инфекции (COVID-19). Версия 7 (03.06.2020)» (утв. Минздравом России);
- является ли достаточным пяти сеансов проведения лазерного освечивания крови (ВЛОК/НЛОК) для антивирусной профилактики, в том числе в целях профилактики заражения коронавирусом (**COVID-2019**).

Так, Министерством здравоохранения Челябинской области направлен ответ (вх. № 14262 от 12.10.2020), согласно которому процедура, проводимая при помощи аппарата «Лазмик-ВЛОК» рекомендуемая специалистами ООО «Челябинск «Доктор Ост» как беспрецедентное средство в профилактике новой коронавирусной инфекции, не включена в версию 8.1 Методических рекомендаций «Профилактика, диагностика и лечение новой коронавирусной инфекции», утвержденных Министерством здравоохранения Российской Федерации от 01.10.2020.

Вместе с тем, Министерством здравоохранения Челябинской области указано, что полномочия на проведение государственного контроля качества и безопасности медицинской деятельности наделена Федеральная служба по надзору в сфере здравоохранения.

Челябинским УФАС России в адрес территориального органа Федеральной службы по надзору в сфере здравоохранения по Челябинской области направлен запрос о представлении мнения, в том числе:

- является ли медицинская услуга «ВЛОК/НЛОК», в том числе с использованием медицинского аппарата «Лазмик-ВЛОК» мерой профилактики от заражения коронавирусом (COVID-2019);
- является ли медицинская услуга «ВЛОК/НЛОК», в том числе с использованием медицинского аппарата «Лазмик-ВЛОК» мероприятием, направленным на восприимчивый иммунитет, в том числе к использованию лекарственных средств для местного применения, обладающих барьерными функциями, о которых указано в разделе 7.2 Временных методических рекомендациях «Профилактика, диагностика и лечение новой коронавирусной инфекции (COVID-19). Версия 7 (03.06.2020)» (утв. Минздравом России).

Территориальным органом Федеральной службы по надзору в сфере здравоохранения по Челябинской области в адрес Челябинского УФАС России направлено письмо (вх. № 15521 от 05.11.2020), из содержания которого следует.

В соответствии с постановлением Правительства РФ от 02.07.2020 № 973 «Об особенностях организации оказания медицинской помощи при угрозе распространения заболеваний, представляющих опасность для окружающих», медицинская помощь пациентам при угрозе распространения заболеваний оказывается в соответствии с утверждаемым Министерством здравоохранения Российской Федерации временным порядком оказания медицинской помощи, включающим в том числе минимальные требования к осуществлению медицинской деятельности, направленной на профилактику, диагностику и лечение заболевания и на основе клинических рекомендаций, разработанных по заболеваниям и утвержденных медицинскими профессиональными некоммерческими организациями.

В случае отсутствия клинических рекомендаций медицинская помощь пациентам оказывается на основе

утверждаемых Министерством здравоохранения Российской Федерации временных методических рекомендаций, содержащих информацию по вопросам профилактики, диагностики, лечения и реабилитации при заболевании.

Временный порядок (далее - временный порядок) организации работы медицинских организаций в целях реализации мер по профилактике и снижению рисков распространения новой коронавирусной инфекции COVID-19, определен Приказом Минздрава России от 19.03.2020 № 198н.

При этом, временный порядок не содержит в себе указаний о применении процедуры «лазерного освечения крови» (ВЛОК/НЛОК) в целях профилактики новой коронавирусной инфекции (COVID-19).

Лечение новой коронавирусной инфекции осуществляется также в соответствии с «Временными методическими рекомендациями «Профилактика, диагностика и лечение новой коронавирусной инфекции (COVID-19)» (далее - Рекомендации), Текущая актуальная версия Рекомендаций - Версия 9 от 26.10.2020.

Рекомендации не содержат в себе указаний о применении процедуры «лазерного освечения крови» (ВЛОК/НЛОК) в целях профилактики новой коронавирусной инфекции (COVID-19).

Кроме того, согласно протоколу № 1 заседания заочного Экспертного совета по применению законодательства о рекламе от 31.03.2020 члены Экспертного совета пришли к выводу о том, что указанная реклама создает впечатление о необходимости прохождения противовирусной профилактики в период пандемии COVID-19 в медицинском центре «Доктор ОСТ», а также создает впечатление о гарантии отсутствия угрозы заражения коронавирусом после прохождения противовирусной профилактики в медицинском центре «Доктор ОСТ».

Также, в материалы настоящего дела представлены письменные пояснения ООО «Челябинск «Доктор» (вх. № 10164 от 21.07.2020, № 13425 от 25.09.2020, № 13620 от 29.09.2020, № 15604 от 06.11.2020).

Рассмотрев материалы дела, Комиссия приходит к следующим выводам.

1. В соответствии с пунктом 1 статьи 3 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.

На рекламном баннере, расположенном по адресу: г. Челябинск, ул. Университетская Набережная, д. 34, размещена реклама следующего содержания: «А ты готов встретить коронавирус?», «Антивирусная профилактика за 5 сеансов».

Рассматриваемая информация, в силу статьи 3 Закона о рекламе является рекламой, поскольку, адресована неопределенному кругу лиц – направлена на привлечение внимания и формирование интереса со стороны потребителей к медицинской услуге, предоставляемой ООО «Челябинск «Доктор Ост» по противовирусной профилактике.

2. Согласно части 7 статьи 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.

Антимонопольным органом установлено, что на рекламном баннере, расположенном по адресу: г. Челябинск, ул. Университетская Набережная, д. 34, размещена реклама медицинской организации ООО «Челябинск «Доктор ОСТ» следующего содержания: «А ты готов встретить коронавирус?», «Антивирусная профилактика за 5 сеансов».

Согласно пояснениям ООО «Челябинск «Доктор Ост» данная реклама направлена на профилактику вирусных заболеваний, о чем и указано на баннере «Антивирусная профилактика за 5 сеансов».

Вместе с тем, указанный довод не может быть признан обоснованным ввиду следующего.

Так, название «Коронавирус» было получено из-за шиповидных отростков на оболочке, которые напоминают корону.

При этом, на рекламе изображен вирус, с характерными уникальными шипами, свойственными коронавирусу, что приводит потребителей к выводу о профилактике именно коронавирусной инфекции.

Реклама расположенная на рекламном баннере по адресу: г. Челябинск, ул. Университетская Набережная, д. 34, содержит лишь указание «антивирусная профилактика за 5 сеансов», конкретный способ противовирусной профилактики не указан.

Так, согласно пояснениям ООО «Челябинск «Доктор Ост» противовирусная профилактика осуществляется путем оказания медицинской услуги освечения крови «ВЛОК/НЛОК».

При этом, Комиссией установлено, что на сайте ООО «Челябинск «Доктор Ост» <https://dr-ost.ru/> содержится следующая информация: «УКРЕПЛЕНИЕ ИММУНИТЕТА - ЛУЧШАЯ ЗАЩИТА ОТ ВИРУСА! Крепкий иммунитет способен противостоять атаке вирусов и инфекций. Он защищает нас ежедневно, не только в период эпидемий. **Доктор Ост внедряет беспрецедентные меры профилактики коронавируса.** Мы приглашаем незамедлительно пройти курс аппаратного повышения иммунитета методом кожного лазерного освечения крови (**НЛОК**). Уже за 5 сеансов можно оказать значительную поддержку иммунной системе и всему организму. За это время можно улучшить кровоснабжение, очистить кровь от токсинов, повысить функцию лейкоцитов, которые, как известно, повышают устойчивость к вирусам и бактериям. И все это, заметьте, без токсичного влияния лекарствами! НЛОК стимулирует естественные защитные функции».

Информация об указанном способе антивирусной профилактики - лазерное освечивание крови (ВЛОК/НЛОК) размещена исключительно на сайте ООО «Челябинск «Доктор Ост» <https://dr-ost.ru/>.

В данном случае отсутствие в рекламе, размещенной на баннере по адресу:

г. Челябинск, ул. Университетская набережная, д. 34, упоминания о способе антивирусной профилактики - лазерному освечиванию крови (ВЛОК/НЛОК) не позволяет потребителю сформировать верное представление об оказываемой медицинской услуги.

Тем самым, информация, размещенная на официальном сайте ООО «Челябинск «Доктор Ост», является более информативной, представляет развернутое описание предлагаемой программы («курс аппаратного повышения иммунитета», «5 сеансов»), метода (НЛОК), с помощью которого достигается результат.

Комиссия отмечает, что оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными медицинскими знаниями.

Соответственно, потребитель лишен полной информации о применяемых медицинской организации способах, направленных на профилактику коронавируса нового типа.

Таким образом, неуказание в рекламе медицинской организации ООО «Челябинск «Доктор ОСТ», расположенной на баннере по адресу: г. Челябинск,

ул. Университетская Набережная, д. 34 существенной информации о способе антивирусной профилактики, может ввести в заблуждение потребителей рекламы, что является нарушением части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

3. В соответствии с пунктами 2, 6 части 3 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит несоответствующие 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, гарантийных обязательствах изготовителя или продавца товара.

Так, согласно свободной энциклопедии «Википедия» терапевтическое освечивание крови - процедура, при которой кровь подвергается воздействию электромагнитных волн оптического (преимущественно ультрафиолетового и видимого) диапазона в лечебных целях. «Освечивание крови» иногда относят к альтернативной (нетрадиционной) медицине, несмотря на то, что нетрадиционная медицина представляет собирательное название методов, которые претендуют на способность лечить (или предупреждать) болезни и эффективность и безопасность которых не была доказана научным методом. В настоящее время облучение крови широко используется в медицинской практике и эффективность и безопасность этой процедуры при правильном применении подтверждена на практике.

Согласно Приказу Минздрава России от 13.10.2017 № 804н «Об утверждении номенклатуры медицинских услуг» расшифровка кода медицинской услуги А22.13.001 Лазерное облучение крови, относится к разделу медицинских услуг, представляющих собой определенные виды медицинских вмешательств, направленные на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющие самостоятельное законченное значение.

В данном случае, согласно пояснениям ООО «Челябинск «Доктор Ост» антивирусной профилактикой является процедура лазерного освечивания крови (ВЛОК/НЛОК).

Так, ООО «Челябинск «Доктор Ост» в материалы дела представлены документы, согласно которым медицинская услуга «ВЛОК/НЛОК» оказывается с использованием медицинского аппарата «Лазмик-ВЛОК», который зарегистрирован в государственном реестре медицинского оборудования Росздравнадзора РФ (регистрационное удостоверение № РЗН 2014/1410).

ООО «Челябинск «Доктор Ост» указано, что процедура лазерного освечивания крови (ВЛОК/НЛОК) отнесена к мероприятиям, направленным на восприимчивый иммунитет, в том числе к использованию лекарственных средств для местного применения, обладающих барьерными функциями, о которых указано во Временных методических рекомендациях «Профилактика, диагностика и лечение новой коронавирусной инфекции (COVID-19). Версия 7 (03.06.2020)» (утв. Минздравом России).

Вместе с тем, в настоящее время не подтверждена эффективность влияния лазерного освечивания крови (ВЛОК/НЛОК) на предупреждение коронавируса нового типа.

Процедура «лазерного освечивания крови» (ВЛОК/НЛОК) не предусмотрена ни Временными методическими рекомендациями в целях профилактики новой коронавирусной инфекции (COVID-19), ни Приказом Минздрава России от 19.03.2020 № 198н, о чем также подтверждается письмом Министерства здравоохранения Челябинской области направлен ответ (вх. № 14262 от 12.10.2020), письмом Территориального органа Федеральной службы по надзору в сфере здравоохранения по Челябинской области (вх. № 15521 от 05.11.2020).

Тем самым, реклама ООО «Челябинск «Доктор Ост» с указанной информацией привлекает внимание потребителей, создает впечатление о том, что оказываемая услуга является мерой профилактики коронавируса.

Высказывание «Антивирусная профилактика за 5 сеансов» в совокупности с изображением коронавирусом содержит информацию об уникальном торговом предложении, которое отвечает потребности целевой аудитории в безопасности жизни и здоровья, представляя способ борьбы с коронавирусом.

Вместе с тем, меры и средства защиты от нового коронавируса находятся на этапе разработки и создания

специалистами разных стран. В настоящее время отсутствуют зарегистрированные профилактические средства от нового коронавируса.

Тем самым, указанная реклама содержит недостоверные сведения, что может повлечь введение в заблуждение потребителей рекламы и не соответствовать их ожиданиям.

В анализируемых Комиссией рекламных сообщениях формируется значение, связанное с указанием на необходимость прохождения антивирусной профилактики в период пандемии COVID-19 в медицинском центре «Доктор ОСТ».

Комиссия приходит к выводу о том, что из указанной рекламы следует о необходимости проведения антивирусной профилактики во избежание заболевания коронавирусом.

Также, в Заключение специалиста указано, что в содержание рекламы «А ты готов встретить коронавирус?» апеллирует к чувству страха, которое по логике рекламного сообщения нивелируется уникальным торговым предложением.

Так, согласно словарю Ожегова С.И. слово «встретить» означает принять, испытать.

Соответственно, из указанной рекламы следует о необходимости проведения антивирусной профилактики во избежание заболевания коронавирусом.

Так, реклама ООО «Челябинск «Доктор Ост» с указанной информацией привлекает внимание потребителей, создает впечатление о необходимости прохождения антивирусной профилактики в период пандемии COVID-19 в медицинском центре ООО «Челябинск «Доктор ОСТ» в целях недопущения заболевания коронавирусом.

При этом, утверждение о том, что рекламируемая услуга является мерой профилактики коронавируса совместно с фразой «А ты готов встретить коронавирус?» может восприниматься как гарантия отсутствия угрозы заражения коронавирусом после прохождения антивирусной профилактики в медицинском центре «Доктор ОСТ». Более того, прохождение антивирусной профилактики создает уверенность у лица, прошедшего данную процедуру в маловероятности заражения и может способствовать к ослаблению им соблюдения санитарно-эпидемиологических норм и требований, направленных на предотвращение заражения COVID-19.

Однако лазерное освечивание крови (ВЛОК/НЛОК) не является 100 % гарантией предотвращения заболеваемости коронавирусом (**COVID-2019**).

Кроме того, ООО «Челябинск «Доктор Ост» указано, что параметры ВЛОК могут существенно варьироваться в соответствии с медицинскими показаниями и конкретной методикой. ВЛОК проводят ежедневно или через день, на курс от 3 до 10 сеансов.

Вместе с тем, ООО «Челябинск «Доктор Ост» не представлено доказательств, подтверждающих достаточность именно пяти сеансов проведения лазерного освечивания крови (ВЛОК/НЛОК) для антивирусной профилактики, в том числе в целях профилактики заражения коронавирусом (**COVID-2019**).

ООО «Челябинск «Доктор Ост» указано, что рассматриваемая реклама направлена в первую очередь на профилактику коронавирусной инфекции. При этом, данная реклама схожа с социальной рекламой.

Более того, ООО «Челябинск «Доктор Ост» указано, что какие-либо гарантии, связанные с возможным незаражением коронавирусной инфекцией после прохождения антивирусной профилактики обществом напротив не даются.

Вместе с тем, согласно пункту 11 статьи 3 Закона о рекламе социальная реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства.

Отличительным признаком социальной рекламы является ее некоммерческое, социальное содержание, направленность на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства.

Социальная реклама - вид некоммерческой рекламы, направленной на изменение моделей общественного поведения и привлечения внимания к проблемам социума.

Предназначение социальной рекламы - гуманизация общества и формирование нравственных ценностей. Миссия социальной рекламы - изменение поведенческой модели общества.

Более того, частью 4 статьи 10 Закона о рекламе установлено, что в социальной рекламе не допускается упоминание о конкретных марках (моделях, артикулах) товаров, товарных знаках, знаках обслуживания и об иных средствах их индивидуализации, о физических лицах и юридических лицах, за исключением случаев, предусмотренных частью 5 названной статьи.

Тем самым, поскольку рассматриваемая реклама ООО «Челябинск «Доктор Ост» направлена на привлечение внимания к реализуемым медицинским услугам общества, указанная реклама является коммерческой, а не социальной.

ООО «Челябинск «Доктор Ост» указано, что общество рекламирует меры по профилактике вирусных заболеваний как свою деятельность по предоставлению медицинских услуг, что является достоверной рекламой.

По мнению ООО «Челябинск «Доктор Ост» в рекламе медицинской организации общества, расположенная на рекламном баннере по адресу:

г. Челябинск, ул. Университетская Набережная, д. 34 указано о том, что обществом оказываются услуги по профилактике вирусных заболеваний. Тогда как никакие медицинские услуги не называются.

Однако указанный довод не может быть признан обоснованным, поскольку согласно Приказу Минздрава России от 13.10.2017 № 804н «Об утверждении номенклатуры медицинских услуг» медицинские услуги по профилактике, такие как профилактический прием (осмотр, консультация) врача-специалиста, индивидуальное и групповое профилактическое консультирование, вакцинация входят в перечень медицинских услуг.

Следовательно, профилактика, в том числе антивирусная относится к медицинской услуге.

Тем самым, проанализировав рекламу, расположенную на баннере, а также информацию, размещенную на официальном сайте ООО «Челябинск «Доктор Ост» <https://dr-ost.ru/> в совокупности, потребитель приходит к выводу о необходимости прохождения антивирусной профилактики, в целях избежание коронавирусной инфекции.

Таким образом, в рекламе медицинской организации ООО «Челябинск «Доктор Ост» содержатся недостоверные сведения относительно гарантии для всех потребителей рекламной информации об отсутствии угрозы заражения коронавирусом после прохождения антивирусной профилактики в медицинском центре «Доктор ОСТ», в том числе с использованием медицинского аппарата «Лазмик-ВЛОК» (регистрационное удостоверение № РЗН 2014/1410), а также содержатся сведения о необходимости прохождения антивирусной профилактики, в целях избежание коронавирусной инфекции, что является нарушением пунктов 2, 6 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

4. Согласно части 6 статьи 5 Закона о рекламе в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия.

Так, Комиссия приходит к выводу, что анализируемая реклама не содержит прямых оскорбительных, непристойных образов, выражений. Но, функционируя в специфической внеязыковой действительности, обретает сигналы, которые могут указывать на некорректность обыгрывания темы коронавируса.

Рекламное сообщение «А ты готов встретить коронавирус?» может восприниматься как вариант языковой игры, реализующейся через использование прецедентного феномена, и приобретать характер пародии. Реализация игровой стратегии способствует тому, что рекламное сообщение может соотноситься с принижением значимости важного в реальности события, о чем также указано в Заключение специалиста.

Вместе с тем, Всемирная Организация здравоохранения 30.01.2020 признала вспышку нового коронавируса чрезвычайной ситуацией в области общественного здравоохранения, имеющей международное значение. 11 февраля 2020 года заболевание получило название нового коронавирусного заболевания (**COVID-2019**). Китайские учёные выделили возбудителя — новый коронавирус и установили генетическую связь последовательности его генома. Вирус не менее чем на 70 % похож по генетической последовательности на вызывающий тяжёлый острый респираторный синдром (известный также как *атипичная пневмония*) вирус SARS-CoV и поэтому получил название **SARS-CoV-2**.

Необходимо отметить, что в настоящее время на территории Российской Федерации выявлено около двух миллионов заболевших коронавирусом, из них около тридцати четырех тысяч человек признано умершими от COVID-19.

Тем самым, рекламное сообщение «А ты готов встретить коронавирус?» умаляет значение коронавирусной инфекции, в условиях стремительного возрастания темпа распространения коронавирусной инфекции.

Кроме того, Комиссией установлено, что на рекламе, расположенной на баннере по адресу: г. Челябинск, ул. Университетская набережная, д. 34, изображен образ врача, который обращает к образу красноармейца на большевистском агитационном плакат, созданным художником Дмитрием Моором «Ты записался добровольцем?».

Советский плакат Дмитрия Моора «Ты записался добровольцем?» создан в 1920 году для Красной армии и стал эталоном агитационного искусства. Так, плакат «Ты записался добровольцем?» стал классическим образцом советского политического плаката, в нем с огромной силой воплотились революционная страсть и гражданский долг, чувство ответственности за судьбу молодой Советской страны.

При этом, узнаваемый визуальный образ усиливает эмоциональное воздействие рекламы, маркирует характер обращения-требования, категорического императива и нормативности, подразумевающей обязательность следования определенному канону.

Так реализуется коммуникативная стратегия побуждения к действию, агитационная стратегия, выражающаяся в форме призыва-требования.

Рекламное послание привлекает внимание потенциального потребителя, бросает ему вызов, принятие которого предполагает приобретение услуги. Изображение выполняет экспрессивную функцию, закладывает код для «прочтения» текста и накладывает ограничения на его восприятие как текста-предписания. Имплицитно (через ассоциации) обозначается директива, т. е. рекламное сообщение приобретает характер обязательного для исполнения указания.

Комиссия считает, что использование модифицированного образа плаката Дмитрия Моора, путем преобразования

его в образ врача является оскорбительным для лиц определенной социальной категории - ветеранов Великой Отечественной войны и тружеников тыла.

Так, плакат «Ты записался добровольцем?» является памятником истории и культуры и входит в коллекцию политического плаката Государственного музея истории города Санкт-Петербурга.

ООО «Челябинск «Доктор Ост» указано, что использование плаката Дмитрия Моора не запрещено действующим законодательством. Более того, использование образа врача задающего вопрос о готовности встретить коронавирус не несет оскорбительных мотивов, а направлено на профилактику заражения коронавирусной инфекцией.

Вместе с тем, Комиссия полагает, что использование в вышеуказанной рекламе изображения, сходного с описанием образа армейца, недопустимо с точки зрения этичности, поскольку является оскорбительным как по отношению к памяти, так и к ныне живущим ветеранам Великой Отечественной войны, фактически превращает знаковый символ эпохи Великой Отечественной войны в искаженный образ, использованный в целях реализации медицинских услуг ООО «Челябинск «Доктор Ост».

Таким образом, Комиссия приходит к выводу, что рассматриваемая реклама «А ты готов встретить коронавирус?», с использованием плаката Дмитрия Моора «Ты записался добровольцем», путем преобразования его в образ врача, а также уменьшения значимости коронавирусной инфекции, является нарушением части 6 статьи 5 Закона о рекламе.

ООО «Челябинск «Доктор Ост» указано о том, что Заключение специалиста является недопустимым доказательством, которое не может быть положено в основу принятия решения о недостоверности рекламы медицинских услуг, поскольку при исследовании рекламы специалистом ЮУРГУ не указаны материалы Министерства здравоохранения, а также подготовлено специалистами, не обладающими специальными медицинскими познаниями.

Вместе с тем, запрос Челябинского УФАС России содержал необходимость оказания содействия в получении именно компетентного **лингвистического** мнения. При этом, указанным заключением специалиста напротив не дана какая-либо оценка антивирусной профилактики с медицинской точки зрения. При этом, исследование проводилось в соответствии с методиками лингвистического, текстологического, лексико-семантического и семантико-синтаксического, риторического, коммуникативнопрагматического анализа русскоязычного текста, рекомендованными к практическому использованию решением Научно-методического совета при Правлении ГЛЭДИС.

Кроме того, ООО «Челябинск «Доктор Ост» указано, что привлечение специалиста осуществляется непосредственно судом. При этом, Заключение специалиста не содержит предупреждения об ответственности за недостоверные выводы, что является нарушением требований статьи 58 Уголовно-процессуального кодекса Российской Федерации, статьи 188 Гражданско-процессуального кодекса Российской Федерации, статьи 307 Уголовного кодекса Российской Федерации.

Однако необходимо отметить, что указанный довод основан не неверном понимании норм права, поскольку Челябинским УФАС России не рассматриваются гражданские и уголовные дела, а дела настоящему рассмотрению подлежат рекламное законодательство.

Кроме того, довод ООО «Челябинск «Доктор Ост» о том, что на назначение исследования рассматриваемой рекламы не приглашены представители ООО «Челябинск «Доктор Ост» является немотивирован. Указанное заключение принимается компетентным специалистом-лингвистом на основании текста рекламы. При этом, обществом не указана целесообразность присутствия при исследовании данной рекламы представителей ООО «Челябинск «Доктор Ост», не обладающими специальными лингвистическими познаниями.

Кроме того, ООО «Челябинск «Доктор Ост» указано о необходимости прекращения рассмотрения настоящего дела в связи с истечением срока для его рассмотрения.

Вместе с тем, указанный довод не может быть признан обоснованным, в связи со следующим.

Несоблюдение сроков при подготовке решения не повлияли на правильность выводов, сделанных Комиссией при рассмотрении таких материалов (дела). При таких обстоятельствах несоблюдение сроков не повлекло нарушение всесторонности, полноты и объективности рассмотрения материалов (дела), в связи с чем настоящее решение не подлежит признанию незаконным.

Аналогичные выводы о нарушении сроков подготовки документов, в том числе решения по делу, содержатся в различных судебных актах, например, Постановление Восемнадцатого арбитражного апелляционного суда от 28.12.2012 по делу № А76-10301/2012 (абзац 3 станицы 21 постановления).

Кроме того, нарушение срока рассмотрения дела само по себе не влечет недействительность решения (абзац 2 страницы 15 решения Арбитражного суда Челябинской области от 20.02.2018 по делу № А76-31278/2017).

Необходимо отметить, что права и законные интересы ООО «Челябинск «Доктор Ост» не нарушены, поскольку право общества на обжалование решения возникает с момента изготовления его в полном объеме.

Кроме того, принимая во внимание ситуацию с коронавирусной инфекцией, введения режима повышенной готовности, а также нахождения большинства сотрудников организаций на удаленном и дистанционном режиме, Челябинским УФАС России установлены значительные интервалы времени между очередными комиссиями по рассмотрению настоящего дела, с целью соблюдения прав и законных интересов ООО «Челябинск «Доктор Ост» для предоставления мнения и документов по делу.

Необходимо отметить, что Челябинским УФАС России не соблюдены процессуальные сроки рассмотрения настоящего дела, поскольку приоритетной целью при рассмотрении дел по признакам нарушения законодательства о рекламе является всестороннее, объективное и полное рассмотрение указанных дел, для чего требуется значительное время.

Согласно статье 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение пунктов 2, 6 части 3 и части 7 статьи 5 Закона о рекламе рекламодатель.

В силу статьи 3 Закона о рекламе рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Исходя из понятия рекламодателя, изложенного в статье 3 Закона о рекламе это, по сути, заказчик рекламы, т.е. то лицо, в чьих интересах осуществляется распространение и размещение рекламы. Соответственно, таким лицом могут выступать изготовитель, продавец, фирма, оказывающая услуги, частное лицо и так далее.

В рассматриваемом случае рекламодателем является ООО «Челябинск «Доктор Ост» (ИНН 7452059933, ОГРН 1087452001108).

В материалы дела ООО «Челябинск «Доктор Ост» представлена справка ООО «Гэллэри Сервис» г. Челябинск об отсутствии трансляции ролика с рекламой противовирусной профилактики «Ты готов к коронавирусу?» на конструкции расположенной по адресу: г. Челябинск, ул. Университетская набережная, д. 34, в связи с чем Комиссия считает выдачу предписания о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе, нецелесообразным.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37 - 43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, размещенную ООО «Челябинск «Доктор Ост» в городе Челябинске по адресу: г. Челябинск, ул. Университетская Набережная, д. 34, следующего содержания: «А ты готов встретить коронавирус?» «Антивирусная профилактика за 5 сеансов» нарушением пунктов 2, 6 части 3, частей 6, 7 статьи 5 Закона о рекламе.
2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не выдавать.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Челябинского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении в отношении ООО «Челябинск «Доктор Ост».

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в течение трех месяцев со дня вынесения.

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии: <...>

<...>