

## **РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 38-2020**

### **Управления федеральной антимонопольной службы России по Челябинской области по рекламе медицинского центра Доктор ОСТ в период COVID-19**

Запрос рассмотрен 11-ю членами Комитета по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов, общественных организаций, служб мониторинга Саморегулируемой организации Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (далее - СРО).

Форма проведения: дистанционная (электронная переписка): 21.05.2020 - 14.06.2020.

#### **Описание рекламного продукта**

Плакат наружной рекламы медицинской организации по профилактике коронавируса ООО «Доктор ОСТ», расположенной по адресу: г. Челябинск, ул. Университетская Набережная, д.34, где стилистически изображён врач, а также текст следующего содержания “А ты готов встретить коронавирус? Доктор ОСТ. Имеются противопоказания. Необходима консультация со специалистом.”

#### **Суть запроса**

В адрес СРО поступил запрос из УФАС по Челябинской области, где рассматривается обращение потребителя по факту распространения рекламы медицинской организации по профилактике коронавируса (ООО «Доктор ОСТ»). По мнению заявителя данная реклама не соответствует требованиям Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

Для вынесения объективного решения по данному вопросу СРО осуществило оценку соответствия данной рекламы требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, нормам, изложенным в в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты (МТП).

#### **Отклик**

Позиция рекламодателя не запрашивалась.

#### **Оценка экспертов**

Изучив материалы из обращения УФАС, эксперты высказались следующим образом:

*Вопрос № 1. Создает ли указанная реклама впечатление о необходимости прохождения антивирусной профилактики в период пандемии COVID-19 в медицинском центре «Доктор ОСТ»?*

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ. Лишь 2 эксперта ответили — ДА.

*Вопрос № 2. Содержит ли указанная реклама неэтичные сведения в период пандемии COVID-19?*

Эксперты большинство голосов ответили — НЕТ, двое экспертов, относящихся к специалистам в области медицины и фармакологии, признали наличие неэтичных сведений в период пандемии (см. особое мнение)

*Вопрос № 3. Создает ли указанная реклама впечатление о гарантии отсутствия угрозы заражения коронавирусом после прохождения антивирусной профилактики в медицинском центре «Доктор ОСТ»?*

Эксперты большинством голосов на данный вопрос ответили отрицательно. Трое экспертов ответили утвердительно и среди данных экспертов двое специалистов в области медицины и фармакологии.

Нарушения законодательства о рекламе признали только двое экспертов-специалистов.

Нарушения этических норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП отметил только один эксперт-специалист.

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом:

Клиника от своего имени напоминает о необходимости думать о здоровье в период борьбы с коронавирусом, поэтому ничего неэтичного в этом нет. Есть призыв пройти обследование и не даются ложные гарантии выздоровления.

Также в рекламе отсутствует призыв обратиться в клинику, нет упоминания конкретного обследования или медицинской услуги или побуждения к обследованию или профилактике. Образ врача и название клиники указывает лишь на возможное место оказания помощи, если такая помощь будет нужна. Неэтичных выражений в рекламе не содержится.

Кроме того, в данной рекламе озвучен только вопрос о готовности к инфекции, больше никаких побудительных, гарантийных, неэтичных заявлений в ней нет. С точки зрения информативности реклама не несёт никаких посылов. Желание рекламодателя спекулировать на проблеме коронавируса очевидно, но его реализация настолько беззуба, что она ничего не может нарушить, только потому что она ничего и не делает.

### **Особое мнение**

Два эксперта, являющихся специалистами в области рекламы и продвижения

фармакологических средств и медицинских услуг высказали особую позицию, основываясь, в том числе, на необходимости проявлять осторожность в использовании терминов COVID-19, коронавируса и пр.

Более того, специалисты исследовали не только представленную рекламу клиники, но и рассмотрели интернет-ресурсы клиники. В частности, сам по себе текст «Антивирусная профилактика за 5 сеансов» в рекламе медицинских услуг, оказываемых клиникой «Доктор ОСТ», не содержит признаков нарушения закона «О рекламе». Однако в сочетании с визуальным изображением модели вируса COVID-19, которое стало общеизвестным в связи с его широким использованием в различных модификациях в СМИ и Интернете, а также при наличии вопроса («А ты готов встретить коронавирус?»), у потребителя может возникнуть впечатление, что рекламируется медицинская услуга именно по профилактике коронавируса. Далее уже на сайте клиники (<https://dr-ost.ru/eshche/aktsii/basplatnaya-zashchita-ot-virusa>) также используется изображение вируса COVID-19 с предложением пройти процедуру «внутривенное лазерное освечивание крови (ВЛОК)». Более того на главной странице сайта клиники (<https://dr-ost.ru/>) возникает надпись «Коронавирус не пройдет! 5 сеансов ВЛОК для повышения сопротивляемости к вирусам бесплатно». При этом необходимо принять во внимание, что Минздрав России утвердил Временные методические рекомендации «Профилактика, диагностика и лечение новой коронавирусной инфекции (COVID-19). Версия 6 (28.04.2020)», предназначенные для руководителей медицинских организаций, которые не причисляют процедуру ВЛОК к какому-либо способу профилактики COVID-19.

Таким образом, по мнению эксперта, клиника недобросовестно использует панические настроения населения, связанные с пандемией коронавируса, для продвижения своей медицинской услуги. В связи с чем, усматриваются признаки нарушения, предусмотренного ч. 7 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», в результате которого потребители могут быть введены в заблуждение.

Также имеется нарушение Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», так как в связке 2 изображения утверждают, что за 5 сеансов будет осуществлена антивирусная профилактика коронавируса. Это не соответствует действительности, так как таких, утвержденных Министерством здравоохранения РФ, методов на данный момент не существует. Соответственно налицо ложное обещание или обман потребителя. Привязка к самой организации завуалирована, непрямая.

Кроме того, по мнению эксперта, нарушены следующие статьи Российского кодекса практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012 г.):

Статья 1. Основные принципы “Маркетинговая коммуникация должна быть законной, достоверной”.

Статья 2. Достоверность “Маркетинговая коммуникация должна быть достоверной, то есть содержать соответствующие действительности сведения. Маркетинговая коммуникация не должна содержать какой-либо информации в текстовой, звуковой или

визуальной форме, которая прямо или косвенно, путем намеренного сокрытия существенной информации, двусмысленности или преувеличения”.

Статья 6. Использование научных, технических и иных данных и терминологии “Маркетинговая коммуникация, в том числе информация на упаковке товара, не должна представлять статистические и иные данные таким образом, чтобы искажались или необоснованно преувеличивались значимость и достоинства товара. Сведения о потребительских свойствах продукции, заявляемые в маркетинговой коммуникации и на упаковке товара, должны быть достоверны и подтверждены документально”

### Решение

1. Нарушения положений Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» не выявлены.

2. Нарушения этических норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП, которые могут вызвать активную негативную потребительскую реакцию, не выявлены.

3. С учётом особых мнений специалистов рекомендовать УФАС довести мнение специалистов— экспертов СРО до руководства ООО «Доктор ОСТ» и предупредить о возможных негативных последствиях при злоупотреблении использованием в рекламе терминов COVID-19, коронавирус и прочих, которые в настоящее время вызывают повышенную обеспокоенность у населения.

