РЕШЕНИЕ

Дело № 07-Р-2015

12 марта 2015 г. г. Чебоксары

Резолютивная часть решения оглашена 03 марта 2015 г.

Решение изготовлено в полном объеме 12 марта 2015 г.

Комиссия Чувашского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии

«…»

члены Комиссии:

«…»

рассмотрев дело N 07-Р-2015, возбужденное в отношении ИП Головина В.Ф. по факту распространения в рекламно-информационном еженедельнике «Вестник недели» № 01 (2119) от 15.01.2015 г. рекламы методов народной медицины по лечению алкогольной зависимости, с признаками нарушения требований, определенных пунктами 2, 3, 7 части 1 статьи 24 Федерального закона «О рекламе»,

в присутствии: индивидуального предпринимателя Головина Виталия Федоровича,

УСТАНОВИЛА:

Чувашским УФАС России установлено, что в рекламно-информационном еженедельнике «Вестник недели» № 01 (2119) от 15.01.2015 г. на 2-й странице размещена статья «Трезвый муж – счастливая семья», в которой, от имени анонимной гражданки, обратившейся к знахарю Головину В.Ф. за помощью в излечении мужа от алкогольной зависимости, содержится рекомендация читателям, имеющим аналогичные проблемы, обращаться к целителю Виталию Федоровичу Головину, потому что «…он настоящий Целитель с большой буквы, как говорится, целитель от Бога. Я поняла это на своем опыте».

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» под рекламой понимается 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.

Информация, распространяемая рекламно-информационным еженедельником «Вестник недели» № 01 (2119) от 15.01.2015 г. в статье «Трезвый муж – счастливая семья», направлена на формирование у потребителей желания воспользоваться указанными услугами по излечению алкогольной зависимости, сообщение о возможности получить данную услугу без согласия лица, имеющего алкогольную зависимость привлекает внимание к этим услугам, вызывает интерес у неопределенного круга лиц и способствует продвижению этих услуг на рынке аналогичных услуг.

Таким образом, данная информация соответствует всем квалифицирующим признакам рекламы, определенным статьей 3 Федерального закона «О рекламе», поэтому является рекламой.

Рекламная статья «Трезвый муж – счастливая семья» преподносит информацию от лица женщины, которая успешно воспользовалась услугами по излечению алкогольной зависимости знахаря Головина В.Ф. для излечения своего мужа, при этом содержит следующие утверждения:

«…он и не пытался вылечится, и конечно, когда я ему предлагала, он отказывался»;

«**Современные методы, включая кодирование, не помогали**…»;

«…у моего мужа застарелая форма алкоголизма, и за один курс трудно его вылечить…»;

«**Без всяких лекарств, без кодировок** теперь он настоящий трезвенник».

В соответствии с частью 1 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», реклама лекарственных средств не должна:

1) обращаться к несовершеннолетним;

2) содержать ссылки на конкретные случаи излечения от заболеваний, улучшения состояния здоровья человека в результате применения объекта рекламирования;

3) содержать выражение благодарности физическими лицами в связи с использованием объекта рекламирования;

4) создавать представление о преимуществах объекта рекламирования путем ссылки на факт проведения исследований, обязательных для государственной регистрации объекта рекламирования;

5) содержать утверждения или предположения о наличии у потребителей рекламы тех или иных заболеваний либо расстройств здоровья;

6) способствовать созданию у здорового человека впечатления о необходимости

применения объекта рекламирования;

7) создавать впечатление ненужности обращения к врачу;

В соответствии с частью 3.1. статьи 24 Федерального закона «О рекламе», требования пунктов 2 - 5 и 7 части 1 указанной статьи распространяются также на рекламу **методов народной медицины** (часть 3.1 введена Федеральным законом от 25.11.2013 N 317-ФЗ).

Исходя из вышеизложенного, рекламная статья «Трезвый муж – счастливая семья», содержит признаки нарушения пунктов 2, 3, 7 части 1 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

Часть 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» устанавливает ответственность рекламодателя за нарушение требований, определенных пунктами 2, 3, 7 части 1 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

В заседании Комиссии ИП Головин В.Ф. сообщил, что рассматриваемая статья «Трезвый муж – счастливая семья» не является отзывом конкретного физического лица, а представляет собой компиляцию практического опыта знахаря по лечению алкогольной зависимости. Положительные результаты такого лечения подтверждаются отзывами в сети Интернет, а также письменными отзывами конкретных граждан.

В статье «Трезвый муж – счастливая семья» отсутствует выражение благодарности физическими лицами в связи с использованием объекта рекламирования и нет призывов не обращаться к врачу.

Статья «Трезвый муж – счастливая семья» дает понятие о магических методах лечения, применяемых для лечения алкогольной зависимости и не нарушает рекламное законодательство.

Данные доводы Комиссия считает несостоятельными по следующим основаниям.

Пункт 2 части 1 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» запрещает рекламе содержать ссылки на конкретные случаи излечения от заболеваний, улучшения состояния здоровья человека в результате применения объекта рекламирования.

Как уже упоминалось, врач при лечении практикует индивидуальный подход к каждому пациенту. Лекарственное средство, которое подходит или помогает одному пациенту, может не подойти или помочь другому по целому ряду причин. Более того, оно может быть даже противопоказано данному пациенту. Поэтому даже если факт излечения либо улучшения состояния здоровья имел место и он зафиксирован лечебным учреждением, упоминание самого факта излечения или улучшения состояния здоровья в рекламе лекарственного средства незаконно.

ИП Головин В.Ф. пояснил, что статья «Трезвый муж – счастливая семья» не является ссылкой на конкретный случай излечения, а представляет собой обобщение практики знахаря.

При этом указанная статья состоит из предисловия, в котором говорится о проблеме алкоголизма и задается вопрос: «…как и что делать, чтобы избавится от алкогольной зависимости?».

Далее, иным шрифтом, рассказывается история от лица женщины, муж которой излечился от алкогольной зависимости, благодаря обращению к знахарю Головину В.Ф.

При оценке рекламы учитывается субъективное восприятие сообщенных ею сведений. Определяющим в этом случае является не то, что имел в виду рекламодатель, и не то, насколько сообщенные сведения соответствуют истине, а лишь **их восприятие потребителями**.

В статье «Трезвый муж – счастливая семья» не указаны имя и фамилия женщины, от лица которой ведется рассказ, но при этом сообщается ее конкретный возраст – 43 года, место жительства – город Чебоксары, а также время ее обращение к знахарю – март 2011 г.

Данная информация способствует восприятию потребителями статьи «Трезвый муж – счастливая семья» как конкретного случая излечения из практики знахаря.

Согласно пункту 3 части 1 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» реклама лекарственных средств не должна содержать выражение благодарности физическими лицами в связи с использованием объекта рекламирования.

"Благодарность" согласно Толковому словарю русского языка (под ред. Н.Ю. Шведовой) - это чувство признательности к кому-нибудь за оказанное добро, внимание, услугу.

В контексте рекламы лекарственного средства выражение благодарности физическими лицами в связи с использованием лекарственных средств **направлено на создание четкой связи в сознании потребителей между использованием лекарственного средства и улучшением состояния здоровья.**

Рекомендация, данная от лица женщины, ведущей рассказ в статье «Трезвый муж – счастливая семья»:

«Если у кого есть такая же проблема, не теряйте зря времени, обращайтесь к целителю Виталию Федоровичу Головину, потому что он настоящий Целитель с большой буквы, как говорится, целитель от Бога. Я это поняла на своем опыте» содержит как благодарность, так и восхищение возможностями знахаря и создает четкую связь между обращением к знахарю и улучшением здоровья.

При этом, учитывая такие утверждения как:

«**Современные методы, включая кодирование, не помогали**…

…искала новые способы избавления от алкогольной зависимости…

… и вот однажды я случайно нашла информацию о народном целителе Виталии Федоровиче Головине…

…он все же взялся его лечить…

без всяких лекарств, без кодировок теперь он настоящий трезвенник…

если у кого есть такая же проблема, **не теряйте зря времени**, обращайтесь к целителю Виталию Федоровичу Головину, потому что он настоящий Целитель с большой буквы, как говорится, целитель от Бога. Я это поняла на своем опыте;

статья «Трезвый муж – счастливая семья» воспринимается как невозможность излечения алкогольной зависимости без обращения к целителю и создает впечатление ненужности обращения к врачу.

Комиссия, изучив представленные документы и материалы дела, заслушав ИП Головина В.Ф., пришла к выводу о нарушении требований, определенных пунктами 2, 3, 7 части 1 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», в рекламе ИП Головина В.Ф., распространенной рекламно-информационным еженедельником «Вестник недели» № 01 (2119) от 15.01.2015 г.

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

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Федерального закона «О рекламе» антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный контроль за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На момент рассмотрения дела ИП Головин В.Ф. не представил доказательств того, что рассматриваемая реклама методов народной медицины прекращена, в связи с чем Комиссия Чувашского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдать предписание о прекращении распространения ненадлежащей рекламы.

Учитывая вышеизложенное и руководствуясь частью 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу методов народной медицины по лечению алкогольной зависимости, оказываемых ИП Головиным В.Ф., распространенную рекламно-информационным еженедельником «Вестник недели» № 01 (2119) от 15.01.2015 г., в связи с нарушением требований, определенных пунктами 2, 3, 7 части 1 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

2. ИП Головину В.Ф. выдать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Чувашского УФАС России для возбуждения дела об административном

правонарушении, предусмотренном статьей 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: «…»

13.03.2015 05-13/2256

ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

Дело № 07-Р-2015

12 марта 2015 г. г. Чебоксары

Комиссия Чувашского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии

«…»

члены Комиссии:

«…»

на основании своего решения от 12 марта 2015 г. по делу N 07-Р-2015 о признании ненадлежащей рекламы метода народной медицины по лечению алкогольной зависимости ИП Головина В.Ф., распространенной рекламно-информационным еженедельником «Вестник недели» № 01 (2119) от 15.01.2015 г., в связи с нарушением требований, определенных пунктами 2, 3, 7 части 1 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона "О рекламе", пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ИП Головину В.Ф. в срок **до 15 апреля 2015 г.** прекратить распространение ненадлежащей рекламы метода народной медицины по лечению алкогольной зависимости, в связи с нарушением требований, определенных пунктами 2, 3, 7 части 1 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

2. ИП Головину В.Ф. в срок до 16 апреля 2015 г. представить в Чувашское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Чувашское УФАС России вправе в соответствии с частью 2^4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Председатель Комиссии «…»

Члены Комиссии «…»