

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о наложении штрафа по делу № 4-14.3-759/00-08-16

об административном правонарушении

«20» июля 2016 г.

г. Москва

Заместитель руководителя Федеральной антимонопольной службы Кашеваров А.Б., рассмотрев протокол и материалы дела № 4-14.3-759/00-08-16 об административном правонарушении, возбужденного в отношении ООО «Вестник «ЗОЖ» (ОГРН 1027700091319, ИНН 7701179461, КПП 770101001 юридический адрес: Армянский переулок, д. 1/13/6, стр.2 г. Москва, дата регистрации: 02.08.2002),

УСТАНОВИЛ:

В ФАС России поступило обращение гражданина с претензией к распространявшейся в статье «В Лиски — за чистой речью» газеты «Вестник «ЗОЖ» № 7 (549) за апрель 2016 года рекламе методов народной медицины при лечении заикания.

В статье изложена информация о народном целителе Центра восстановления речи заикающихся в г. Лиски <...>, приведены его контактные данные (телефон, электронная почта).

В тексте статьи описан метод лечения заикания <...>, который состоит, в частности, из следующих стадий «домашние задания с наложенным обетом молчания, песни хором, массаж, заучивание лечебных стихов, пробежки к Дону».

Также в статье описаны случаи излечения от заикания после прохождения лечения у <...>, в частности: «25-летний Саша Уханов из подмосковного города Электросталь, не сумевший при знакомстве вымолвить ни одного слова, во второй половине лечебного сеанса вдруг заговорил, как запел: легко, свободно, без гримасы страдания на лице!»; «Тоже самое произошло с 20-летним Амалем Нуриевым из Тольятти, 16-летними Мишей Альгиным из Тюмени и Алиной Пахомовой из Белгородской области», «Освоив азы метода Алексея Андреевича, ребята не только внятно называли свое имя, фамилию, город, где живут, но и дружно скандировали ...» и другие.

При этом в тексте статьи также содержится выражение благодарности <...> с использованием следующих утверждений: «Вы не только вернули мне чистую речь, но изменили само отношение к жизни, сломали внутренний страх, как крылья, подарили надежду. Я никогда не встречал таких мудрых, целеустремленных людей. Теперь вы — мой кумир! Виталий Семеряшко. Крым».

Согласно статье 3 Федерального закона «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. Объектом рекламирования является товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятия, на привлечение к которым направлена реклама. Товар -

продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Размещенная в статье «В Лиски — за чистой речью» газеты «Вестник «ЗОЖ» № 7 (549) за апрель 2016 года информация является рекламой, так как она направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования: Центру восстановления речи заикающихся в г. Лиски, народному целителю <...>, его методу лечения от заикания, адресована неопределенному кругу лиц.

Согласно открытым источникам информации заикание является заболеванием. В Международной классификации болезней (МКБ-10) заикание отнесено к группе F98.5. Согласно [МКБ-10](#), заикание — это нарушение [речи](#), которое характеризуется частым повторением или [пролонгацией](#) звуков или слогов, или слов; или частыми остановками или нерешительностью в речи, разрывающей её ритмическое течение.

Согласно статье 50 Федерального закона от 21.11.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» народной медициной являются методы оздоровления, утвердившиеся в народном опыте, в основе которых лежит использование знаний, умений и практических навыков по оценке и восстановлению здоровья.

В соответствии с Общероссийским классификатором занятий ОК 010-2014, утвержденным приказом Росстандарта от 12.12.2014 № 2020-ст, целители относятся к подгруппе 223 «Высококвалифицированные целители и практики альтернативной и народной медицины» группы специалисты в области здравоохранения.

Вместе с тем, право на занятие народной медициной имеет гражданин, получивший разрешение, выданное органом исполнительной власти субъекта Российской Федерации в сфере охраны здоровья (пункт 2 статьи 50 Федерального закона «Об основах охраны здоровья граждан Российской Федерации»).

В соответствии с пунктом 7 статьи 7 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама товаров, на производство и (или) реализацию которых требуется получение лицензий или иных специальных разрешений, в случае отсутствия таких разрешений.

Сведения о наличии у <...> разрешения на занятие народной медициной в тексте рекламы отсутствуют. В рекламе содержится ссылка на наличие у целителя диплома для осуществления логопедической практики. Однако указанное обстоятельство не свидетельствует о соблюдении требований пункта 7 статьи 7 Федерального закона «О рекламе», поскольку разрешение на занятие народной медицины должно быть выдано органом исполнительной власти субъекта Российской Федерации в установленном законом порядке.

Следовательно, рассматриваемая реклама нарушает часть 7 статьи 7 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с пунктами 8, 16 статьи 2 Федерального закона от 21.11.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» под заболеванием понимается возникающее в связи с воздействием патогенных факторов нарушение деятельности организма, работоспособности, способности

адаптироваться к изменяющимся условиям внешней и внутренней среды при одновременном изменении защитно-компенсаторных и защитно-приспособительных реакций и механизмов организма. Лечение признается комплекс медицинских вмешательств, выполняемых по назначению медицинского работника, целью которых является устранение или облегчение проявлений заболевания или заболеваний либо состояний пациента, восстановление или улучшение его здоровья, трудоспособности и качества жизни.

В тесте рекламы подробно описаны приемы, которые используются <...> для излечения «трудноизлечимого недуга заикания». В частности, приводятся следующие положения «Алексей Андреевич выправлял каждому заостренвший, по его мнению, язык», «накладывал чуть ниже ребер тугую повязку из хлопчатобумажной ткани», «просил извлекать громкие звуки» и «ребята что было сил дулись...». Также при лечении от заикания его методом используются «домашние задания с наложенным обетом молчания, песни хором, массаж, заучивание лечебных стихов, пробежки».

Согласно части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» реклама лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, медицинской техники, должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

Однако в рекламе размещенной в статье «В Лиски — за чистой речью» газеты «Вестник «ЗОЖ» № 7 (549) за апрель 2016 года предусмотренное законом предупреждение о наличии противопоказаний отсутствует, а, следовательно, реклама нарушает части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

Также согласно пунктам 2, 3 части 1, части 3.1 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» реклама методов народной медицины не должна содержать ссылки на конкретные случаи излечения от заболеваний, улучшения состояния здоровья человека в результате применения объекта рекламирования, содержать выражение благодарности физическими лицами в связи с использованием объекта рекламирования.

В рекламе приведены конкретные случаи излечения от заикания, о чем свидетельствуют, в частности, следующие утверждения: «25-летний Саша Уханов из подмосковного города Электросталь, не сумевший при знакомстве вымолвить ни одного слова, во второй половине лечебного сеанса вдруг заговорил, как запел: легко, свободно, без гримасы страдания на лице!»; «Тоже самое произошло с 20-летним Амалем Нуриевым из Тольятти, 16-летними Мишей Альгиным из Тюмени и Алиной Пахомовой из Белгородской области», «Освоив азы метода Алексея Андреевича, ребята не только внятно называли свое имя, фамилию, город, где живут, но и дружно скандировали ...».

В тексте статьи также содержится выражение благодарности физического лица, что подтверждается следующей ссылкой: «Вы не только вернули мне чистую речь, но изменили само отношение к жизни, сломали внутренний страх, как крылья, подарили надежду. Я никогда не встречал таких мудрых, целеустремленных людей. Теперь вы — мой кумир! Виталий Семеряшко. Крым».

Таким образом, реклама нарушает пункты 2, 3 части 1 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со статьей 16 Федерального закона «О рекламе» размещение текста рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должно сопровождаться пометкой "реклама" или пометкой "на правах рекламы". Объем рекламы в таких изданиях должен составлять не более чем сорок процентов объема одного номера периодических печатных изданий. Требование о соблюдении указанного объема не распространяется на периодические печатные издания, которые зарегистрированы в качестве специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера и на обложке и в выходных данных которых содержится информация о такой специализации.

Пометка, предусмотренная статьей 16 Федерального закона «О рекламе», в статье «В Лиски — за чистой речью» в газете «Вестник «ЗОЖ» № 7 (549) за апрель 2016 года отсутствует.

Таким образом, рассматриваемая реклама нарушает статью 16 Федерального закона «О рекламе».

Согласно объяснениям представителя ООО «Вестник «ЗОЖ» статья посвящена логопедической деятельности <...> и применению им методов для коррекции и устранения нарушений речевой деятельности и не позиционирует его как целителя, осуществляющего лечение заикания, поскольку в статье приведено описание процедуры сдачи экзамена народным целителем Комиссии Министерства здравоохранения СССР, по результатам которого <...> на основании приказа Минздрава СССР от 25.11.1989 выдан государственный диплом для осуществления логопедической практики.

Однако в тексте статьи несколько раз упоминается термин «народный целитель», в частности, «Уже почти 60 лет народный целитель с берегов Дона спасает страждущих...», «сколько бы не пытались предприимчивые ученики присвоить наработки народного целителя...», «...он и не думал стать целителем...» и др.

Также в статье не раз упоминается о том, что <...> занимается лечением заикания уникальным методом: «в этом (прим. беспрекословном выполнении команд), как он полагает, залог успешного лечения», «прослышав про уникальный метод лечения от заикания...», «...я должен был исцелить от заикания 18 человек, которые прошли неудачное лечение у других специалистов» и др.

Таким образом из указанной статьи следует, что <...> занимается лечебной деятельностью народного целителя.

При этом ООО «Вестник «ЗОЖ» не были представлены доказательства того, что <...> вправе заниматься народной медициной.

Согласно части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных статьями 7, 24 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных статьями 7 и 16, частью 7 - 9 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

Статья «В Лиски — за чистой речью» в газете «Вестник «ЗОЖ» № 7 (549) за апрель 2016 года размещена в форме редакционного материала, ее автором является специальный корреспондент газеты. При данных обстоятельствах ООО «Вестник «ЗОЖ» определило объект рекламирования и содержание рекламы.

Следовательно, рекламодателем и рекламодателем в рассматриваемом случае выступает ООО «Вестник «ЗОЖ» (ОГРН 1027700091319, ИНН 7701179461, КПП 770101001 юридический адрес: Армянский переулок, д. 1/13/6, стр.2 г. Москва, дата регистрации: 02.08.2002).

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на юридических лиц в размере от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

ООО «Вестник «ЗОЖ» имело возможность для соблюдения требований законодательства Российской Федерации о рекламе, однако Обществом не были приняты меры по соблюдению его требований.

Таким образом, установлена вина ООО «Вестник «ЗОЖ» в нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе при распространении в газете «Вестник «ЗОЖ» № 7 (549) за апрель 2016 года рекламной статьи «В Лиски — за чистой речью».

Руководствуясь частью 7 статьи 7, пунктами 2, 3 части 1 и частью 7 статьи 24, статьёй 16, частью 6 статьи 38 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

ПОСТАНОВИЛ:

1. Применить к ООО «Вестник «ЗОЖ» меры административной ответственности в виде штрафа за нарушение законодательства о рекламе в размере 100 000 рублей.

- -

- Сумму штрафа надлежит уплатить по следующим реквизитам:

Получатель: УФК по г. Москве (Федеральная антимонопольная служба л/с 04731001610)

Банк получателя: Операционный департамент Банка России г. Москва 705

ИНН 7703516539

КПП 770301001

БИК 044583001

р/с 40101810800000010041

КБК 161 1 16 26000 01 6000 140

ОКТМО 45380000

Согласно пункту 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлечённым к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В трёхдневный срок со дня уплаты штрафа просьба представить в Федеральную антимонопольную службу надлежащим образом заверенные копии платёжных документов (по электронной почте [avdegyarova@fas.gov.ru](mailto:avdegyarova@fas.gov.ru)).

В соответствии с пунктом 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления. Жалоба на постановление по делу об административном правонарушении подается вышестоящему должностному лицу либо в суд в порядке, предусмотренном главой 30 КоАП РФ.