

Акционерное общество

«Редакция газеты «Вечерняя Москва»

<...>

Меришановой А.А.

<...>

## **РЕШЕНИЕ**

**по делу № 077/05/5-14405/2022**

«12» января 2023 года г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по

рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской

Федерации о рекламе (далее – Комиссия Московского УФАС России, Комиссия) в

составе:

председателя Комиссии: <...>ой,

членов Комиссии: <...>ой, <...><...>ой,

рассмотрев дело № 077/05/5-14405/2022, возбужденное в отношении

Меришановой А.А. по факту распространения в выпуске газеты «Вечерняя Москва» №73 (1317) за

6 июля 2022 г. на стр.15 следующей рекламы:

*«Чудотворная Изабелла помогаю с божьей помощью. Восстанавливаю отношения с любимыми, верну мужа в семью, отстраню любовницу (без греха и*

*вреда). Сниму негатив любой сложности (сглаз, порчу, проклятие, венец безбрачия).*

*Владею старинным заговором от пагубных привычек», с признаками нарушения*

пункта 2 части 3, части 7 статьи 5 закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О

рекламе» (далее

— Закон о рекламе),

в отсутствие Меришановой А.А.,

в присутствии представителя АО «Редакция газеты «Вечерняя Москва» (по доверенности),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 077/05/5-14405/2022 возбуждено в отношении Меришановой А.А. по

факту распространения в выпуске газеты «Вечерняя Москва» №73 (1317) за 6 июля

2022 г. на стр.15 следующей рекламы:

*«Чудотворная Изабелла помогаю с божьей помощью. Восстанавливаю отношения с любимыми, верну мужа в семью, отстраню любовницу (без греха и вреда). Сниму негатив любой сложности (сглаз, порчу, проклятие, венец безбрачия). Владею старинным заговором от пагубных привычек».*

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения

дела, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства,

применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе под рекламой понимается информация, распространяемая 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе объектом рекламирования является товар, средство 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.

Кроме того, под неопределенным кругом лиц применительно к Закону о рекламе следует понимать тех лиц, которые не могут быть заранее определены в

качестве получателей рекламной информации.

Согласно пункту 3 статьи 3 Закона о рекламе под товаром понимается продукт

деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена

или иного введения в оборот.

Из материалов дела следует, что рассматриваемая рекламы мистического

характера (гадание, ясновидение, «снятие порчи» и т.п.) размещалась в выпуске

газеты «Вечерняя Москва» № 73 (1317) за 6 июля 2022 г. на стр. 15, и

распространялась в метро, следовательно, она была доступна неограниченному

кругу лиц-потребителей рекламы.

Таким образом, на основании вышеизложенного, Комиссия установила, что

информация, распространенная посредством публикации в газете АО «Вечерняя

Москва», отвечает всем признакам рекламы: адресована  
неопределенному кругу

лиц; направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

Согласно пункту 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной  
признается реклама, которая содержит не соответствующие  
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.

В соответствии с частью 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.

Как следует из материалов заявления, получение результата  
рекламируемой

услуги в день обращения не представляется достоверным, так как  
услуги по

«заговору», «снятию порчи», «восстановления семьи» связаны с влиянием  
на

психологическое состояние человека, поэтому результат такой услуги  
полностью

зависит только от лица, в отношении которого услуга оказывается.

Так третье лицо, оказывающее услуги ясновидящей, объективно не может

обеспечить восстановление семьи, поскольку данное обстоятельство обусловлено

действиями нескольких человек — непосредственно членов семьи, чье участие в процессе оказания рекламируемых услуг не предполагается.

В своих письменных пояснениях АО «Редакция газеты «Вечерняя Москва» ссылается на то, что при размещении перечисленных объявлений коллектив

редакции газеты «Вечерняя Москва» руководствовался требованиями Закона о

рекламе и Письма Федеральной антимонопольной службы от 30.09.2011 г.

«АК/37027 «О рекламе оккультных услуг и недобросовестной рекламе».

Также было указано, что Общество принимает меры по предотвращению нарушений действующего законодательства, проверяя содержание каждого номера

газеты перед его выходом в свет. Рекламные объявления (тексты, макеты),

нарушающие нормы закона или не содержащие обязательной информации

(например, предупреждающей надписи в рекламе медицинских услуг),

отклоняются.

Вместе с тем, в настоящее время законодательство Российской Федерации о

рекламе не содержит запрета на размещение рекламы оккультных услуг, в том числе

услуг гадалок, астролога, ворожбы и т.п., кроме того, в Законе о рекламе не

содержится специальных требований, предъявляемых к рекламе данных услуг.

В свою очередь, Комиссия обращает внимание, что в данном случае

сам факт

размещения рекламы оккультных услуг не образует признаков нарушения Закона о

рекламе. Спорным является использование в тексте рекламы формулировок,

которые преследуют цель повлиять на потребителя, оказать определенное давление

на эмоции и внушить ничем необоснованное доверие к предлагаемым услугам, что

достигается за счет таких фраз, как «помогаю с божьей помощью», «без греха

и вреда», «сглаз, порчу, проклятие, венец безбрачия» и т. п.

Во всех рекламных объявлениях до читателя не доводится информация, что

оказываемые услуги носят вероятностный характер и обещанный результат не

может быть получен только от взаимодействия клиента и лица, оказывающего

оккультные услуги.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе, реклама, не

соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе,

является ненадлежащей.

Таким образом, распространение в выпуске газеты «Вечерняя Москва» №73

(1317) за 6 июля 2022 г. на стр. 15 следующей рекламы:

*«Чудотворная Изабелла помогаю с божьей помощью. Восстанавливаю отношения с любимыми, верну мужа в семью, отстраню любовницу (без греха и вреда). Сниму негатив любой сложности (сглаз, порчу, проклятие, венец безбрачия). Владею старинным заговором от пагубных привычек»*

*является*

*ненадлежащей.*

Согласно части 6 статьи 38 Закона о рекламе за нарушение требований, предусмотренных пунктом 2 части 3, частью 7 статьи 5 Закона о рекламе ответственность несет рекламоделец.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламоделем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект

рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с представленными сведениями АО «Редакция газеты «Вечерняя Москва», рассматриваемая реклама была инициирована и направлена

Меришановой А.А. в соответствии с заявлением Меришановой А.А. без заключения

договора и оплачены путем внесения наличных денег в кассу Общества.

На основании изложенного при распространении в выпуске газеты «Вечерняя

Москва» №73 (1317) за 6 июля 2022 г. на стр.15 следующей рекламы:  
*«Чудотворная*

*Изабелла помогаю с божьей помощью. Восстанавливаю отношения с любимыми,*

*верну мужа в семью, отстраню любовницу (без греха и вреда). Сниму негатив*

*любой сложности (сглаз, порчу, проклятие, венец безбрачия). Владею старинным*

*заговором от пагубных привычек», в действиях Меришановой А.А. установлено*

нарушение пункта 2 части 3, части 7 статьи 5 Закона о рекламе, в которой

отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре,

об условиях

его приобретения или использования, при котором искажается смысл информации и

вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Согласно пункту 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел,

возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о

рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от

24 ноября 2020 года № 1922 (далее — Правила), при установлении факта нарушения

законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях

прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному

(обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении

нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия,

направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы

(пускай и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект

рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на

получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения

законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33,

36 Закона о рекламе.

Также в дело не представлено документальных доказательств невозможности

продолжения распространения рассматриваемой рекламы, а равно подтвержденной

информации о прекращении действия либо расторжении договоров, гражданско-

правовых отношений или иных внутренних актов, на основании которых рассматриваемая реклама размещалась.

Предписание само по себе направлено на устранение нарушений, выявленных

при рассмотрении конкретного дела, не является мерой ответственности стороны,

исходит из выбранного уполномоченным органом способа защиты общественных

отношений, исходя из положений Закона о рекламе, а также законных прав

потребителей, конкурентов и иных заинтересованных лиц.

На основании изложенного Комиссия Московского УФАС России приходит к

выводу о необходимости выдачи Меришановой А.А. предписания о прекращении

(недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о

рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей

положения Закона о рекламе.

Комиссия Московского УФАС России также приходит к выводу о

необходимости выдачи предписания АО «Редакция газеты «Вечерняя Москва» о

принятии мер по предотвращению распространения рекламы мистического

характера Меришановой А.А.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42-47 Правил рассмотрения антимонопольным

органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской

Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать Меришанову А.А. нарушившей требования пункта 2 части 3, части 7 статьи 5 Закона о рекламе при распространении при распространении в

выпуске газеты «Вечерняя Москва» №73 (1317) за 6 июля 2022 г. на стр.15

следующей рекламы: *«Чудотворная Изабелла помогаю с божьей помощью.*

*Восстанавливаю отношения с любимыми, верну мужа в семью, отстраню любовницу (без греха и вреда). Сниму негатив любой сложности (сглаз, порчу,*

*проклятие, венец безбрачия). Владею старинным заговором от пагубных привычек»*, так как в рассматриваемой рекламе отсутствует часть существенной

информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или

использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в

заблуждение потребителя рекламы.

2. Выдать Меришановой А.А. предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Выдать АО «Редакция газеты «Вечерняя Москва» предписание о принятии

мер по предотвращению размещения Меришановой А.А. ненадлежащей

рекламы в

газете «Вечерняя Москва».

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского УФАС России для решения вопроса о возбуждении дел 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 <...>а

Члены комиссии: <...>а

<...>а