

**О П Р Е Д Е Л Е Н И Е**  
**о возбуждении дела № 3-24-32/00-08-16**  
**по признакам нарушения законодательства**  
**Российской Федерации о рекламе**

27 мая 2016 г.

г. Москва

Председатель Комиссии ФАС России по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе, Кашеваров А.Б., рассмотрев материалы о распространении ООО «Вестник «ЗОЖ» рекламы методов лечения заикания в статье «В Лиски — за чистой речью» газеты «Вестник «ЗОЖ» № 7 (549) за апрель 2016 года,

**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 XXXXXXXXXXXXXXXX, приведены его контактные данные (телефон, электронная почта).

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

В статье приведено описание процедуры сдачи экзамена народным целителем Комиссии Министерства здравоохранения СССР, по результатам которого XXXXXXXXXXXXXXXX на основании приказа Минздрава СССР от 25.11.1989 выдан государственный диплом для осуществления логопедической практики.

Также в статье описаны случаи излечения от заикания после прохождения лечения у XXXXXXXXXXXXXXXX, в частности: «25-летний XXXXXXXXXXXXXXXX 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 XXXXXXXXXXXXXXXX из Тольятти, 16-летними XXXXXXXXXXXXXXXX из Тюмени и XXXXXXXXXXXXXXXX из Белгородской области», «Освоив азы метода XXXXXXXXXXXXXXXX, 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 XXXXXXXXXXXXXXXX с использованием следующих утверждений: «Вы не только вернули мне чистую речь, но изменили само отношение к жизни, сломили внутренний страх, как крылья, подарили надежду. Я никогда не встречал таких мудрых, целеустремленных людей. Теперь вы — мой кумир! XXXXXXXXXXXXXXXX. 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 XXXXXXXXXXXXXXXX, его методу лечения от заикания, адресована неопределенному кругу лиц.

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 XXXXXXXXXXXXXXXX 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, в рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения части 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.

Согласно открытым источникам информации заикание является заболеванием, характерным признаком которого является расстройство речи. В Международной классификации болезней (МКБ) заикание отнесено к группе F98.5.

В тесте рекламы подробно описаны приемы, которые используются XXXXXXXXXXXXXXXX для излечения «трудноизлечимого недуга заикания». В частности, приводятся следующие положения «XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX выправлял каждому заостеневший, 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, в рекламе усматриваются признаки нарушения 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 XXXXXXXXXXXXXXXX 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 XXXXXXXXXXXXXXXX из Тольятти, 16-летними XXXXXXXXXXXXXXXX из Тюмени и XXXXXXXXXXXXXXXX из Белгородской области», «Освоив азы метода XXXXXXXXXXXXXXXX, 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! XXXXXXXXXXXXXXXX. Крым».

Таким образом, реклама содержит признаки нарушения пунктов 2, 3 части 1, части 3.1 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, в рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения статьи 16 Федерального закона «О рекламе».

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» рекламораспространитель 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.

Следовательно, 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).

На основании части 7 статьи 7, статьи 16, пунктов 2, 3 части 1, части 3.1, части 7 статьи 24, пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

#### **ОПРЕДЕЛИЛ:**

1. Возбудить производство по делу № **3-24-32/00-08-16** по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

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).

3. Назначить дело № **3-24-32/00-08-16** к рассмотрению на « **20** » июня **2016 года в « 12 » часов « 40 »** минут по адресу: г. Москва, Пыжевский переулок, д. 6, каб. 301, 3 этаж (т. 8 (499) 755 23 23 вн. 474).

4. ООО «Вестник «ЗОЖ» надлежит в срок до 15 июня 2016 года представить ФАС России следующие документы и материалы:

копии учредительных документов ООО «Вестник «ЗОЖ» (устав, свидетельство о постановке на налоговый учёт, свидетельство ЕГРЮЛ и иные) с последующими изменениями;

копии документов, подтверждающих полномочия генерального директора;

разрешение на занятие народной медициной, выданное XXXXXXXXXXXXXXXX органом исполнительной власти субъекта Российской Федерации в установленном законом порядке;

копии договоров, платежных поручений и иных финансовых документов, на основании которых распространялась реклама методов народной медицины в статье «В Лиски — за чистой речью» газеты «Вестник «ЗОЖ» № 7 (549) за апрель 2016 года;

копии рекламы (макеты, образцы и пр.) методов народной медицины в статье «В Лиски — за чистой речью», распространявшаяся в газете «Вестник «ЗОЖ» № 7 (549) за апрель 2016 года;

письменные пояснения по существу претензии и обстоятельствам распространения рекламы.

Все документы должны быть заверены подписью руководителя и печатью ООО «Вестник «ЗОЖ».

Явка представителей ООО «Вестник «ЗОЖ», в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна (для представителей лица - с подлинной доверенностью на представление интересов организации по делу № 3-24-32/00-08-16).

Для обеспечения пропусков в здание ФАС России фамилии представителей необходимо сообщить заранее: для граждан Российской Федерации - за 1 день, для иностранных граждан - за 3 дня.