

ООО «ФОРВАРД МЕДИА ГРУПП»

125009, г. Москва,  
пер. Нижний Кисловский, д. 6, стр. 2

123002, г. Москва,  
ул. Рочдельская, д. 15, стр. 10

ООО «БиТуЭль»

125362, г. Москва,  
ул. Свободы, д. 17, оф. 2

## **РЕШЕНИЕ**

**по делу № 3-5-43/77-16**

«14» июня 2016 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) в составе:

председателя Комиссии – И.С. Гудковой,  
членов Комиссии – Н.С. Уваровой, Е.А. Романовой,

рассмотрев дело № 3-5-43/77-16 по признакам нарушения ООО «БиТуЭль», ООО «ФОРВАРД МЕДИА ГРУПП» пункта 6 части 5 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе) при распространении на странице 29 журнала «МОЙ КРОХА И Я» № 9/2015 рекламы «Педикулен ультра», которая содержит указание на лечебные свойства, то есть положительное влияние на течение болезни, объекта рекламирования, при том, что объект рекламирования не является лекарственным средством, медицинской услугой, в том числе методом профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинским изделием,

в присутствии представителя ООО «ФОРВАРД МЕДИА ГРУПП»,

в отсутствие представителя ООО «БиТуЭль» (уведомлено надлежащим образом),

## УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-5-43/77-16 возбуждено Московским УФАС России 11.03.2016 на основании акта № 13 плановой выездной проверки юридического лица от 10.12.2015 по факту распространения на странице 29 журнала «МОЙ КРОХА И Я» № 9/2015 рекламы «Педикулен ультра».

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, выслушав доводы представителя ООО «ФОРВАРД МЕДИА ГРУПП», применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

ООО «ФОРВАРД МЕДИА ГРУПП» (адрес: 125009, г. Москва, Нижний Кисловский пер., д. 6, стр. 2) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 03.04.2007 за основным государственным регистрационным номером 5077746455947, ИНН 7703630545, КПП 770301001.

ООО «БиТуЭль» (адрес: 125362, г. Москва, ул. Свободы, д. 17, оф. 2) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 09.10.2014 за основным государственным регистрационным номером 5147746204898, ИНН 7733897754, КПП 773301001.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, рекламой является 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.

В соответствии с пунктом 3 статьи 3 Закона о рекламе, товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Рассматриваемая реклама размещалась на странице 29 журнала «МОЙ КРОХА И Я» № 9/2015 и содержала следующие сведения: *«ДУМАЕТЕ, ВШИ — ЭТО БЕЗОБИДНОЕ УКРАШЕНИЕ? Уверены, что вашему ребенку вши точно не грозят?... Педикулен Цльтра; pedikulen.ru;*

*Подхватить легко! Как избавиться?*

*В конце августа и в первые недели учебного года среди детей резко возрастает заболеваемость педикулезом. Такая печальная статистика — следствие позднего выявления источника заражения. Родители стесняются признаться, что их ребенок заразен! Поэтому школы и детские сады*

закрывают на карантин. Эпидемиологическое распространение педикулеза среди детей и взрослых представляет социально значимую проблему.

*В благополучной Европе ежегодное распространение педикулеза у детей от 3 до 12 лет составляет 37,4% в год. Перед вшами все равны: и взрослые, и малыши! Олигархи и студенты, домохозяйки и генеральные директора, жители коммуналок и дворцов...*

*Долгое время от вшей избавлялись исключительно народными методами: сбрасывали полностью волосы и поливали голову керосином... Но в 21 веке ни один родитель не решится подвергнуть свое кудрявое сокровище такому испытанию! Да и зачем, когда есть Педикулен Ультра!*

*Основные места заражения:*

- детские сады, площадки и школы;
- оздоровительные и спортивные лагеря;
- фитнес-клубы и бассейны;
- гардеробы в театрах, цирках, кино, торговых центрах, поликлиниках и других публичных местах;

*Уникальное решение проблемы завшивления!».*

Далее в рекламе приводятся разные формы, в которых возможно приобрести рекламируемый препарат: спрей, лосьон, шампунь, кондиционер-спрей, гребень и лупа, а также пометка: «Покупайте в аптеках».

Исходя из содержания, целью размещения указанных сведений является привлечение внимания потребителей к препарату «Педикулен Ультра».

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о неком лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Журнал «МОЙ КРОХА И Я» зарегистрирован в качестве средства массовой информации, что подтверждается представленным в материалы дела свидетельством о регистрации ПИ №ФС77-29072 от 10.08.2007; территория распространения: Российская Федерация и зарубежные страны; примерная тематика и (или) специализация: практический журнал для молодых родителей о детях от рождения до 6 лет; реклама до 40%.

Таким образом, установлено, что журнал «МОЙ КРОХА И Я» является общедоступным для неопределенного круга лиц потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по территории распространения и кругу лиц-потребителей рекламы, Комиссией Московского УФАС России не установлено.

Резюмируя изложенное, рассматриваемая информация содержит объект рекламирования, распространялась неопределенному кругу лиц и, исходя из содержания, направлена на привлечение внимания потребителей к объектам рекламирования, а следовательно, является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе, что не оспаривается сторонами по делу.

Согласно пункту пункта 6 части 5 статьи 5 Закона о рекламе, в рекламе не допускаются указание на лечебные свойства, то есть положительное влияние на течение болезни, объекта рекламирования, за исключением такого указания в рекламе лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий.

В соответствии с Приказом Минздрава Российской Федерации от 27.05.1997 № 170 «О переходе органов и учреждений здравоохранения Российской Федерации на международную статистическую классификацию болезней и проблем, связанных со здоровьем, X пересмотра», Международная классификация болезней 10-ого пересмотра (МКБ-10) принята в качестве единого международного нормативного документа для формирования системы учета и отчетности в здравоохранении.

В соответствии с МКБ-10, педикулез, акариаз и другие инфекации имеют код заболевания В 85 – В 89. Кроме того, данные заболевания Постановлением Правительства Российской Федерации от 01.12.2004 № 715, включены в перечень заболеваний, представляющих опасность для окружающих.

На основании изложенного, Комиссией Московского УФАС России установлено, что педикулез является заболеванием.

В соответствии с общедоступными данными с сайта Управления Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по городу Москве (<http://77.rospotrebnadzor.ru>), педикулёз или вшивость – специфическое паразитирование на человеке вшей, питающихся его кровью. Основными симптомами педикулеза являются зуд, сопровождающийся расчесами. Расчесы нередко способствуют возникновению вторичных кожных заболеваний: гнойничковых поражений, дерматитов, пигментации кожи, экземы, у некоторых лиц развивается аллергия. В запущенных случаях может развиваться «колтун» - запутывание и склеивание гнойно-серозными выделениями волос на голове, кожная поверхность покрыта корками, под которыми находится мокнущая поверхность.

Из анализа текста рекламы следует, что применение объекта рекламирования, а именно «Педикулен Ультра», влечет за собой положительное влияние на течение болезни, а именно приводит к устранению вшей и гнид.

Так, в тексте рекламы описываются причины заболевания, места наибольшего риска для заражения педикулезом, а также народные средства лечения. Далее в качестве альтернативы устаревшим народным методам предлагается использовать «Педикулен Ультра». При этом в рассматриваемой рекламе содержатся такие фразы как «Уникальное решение проблемы завшивления!», «Уничтожение вшей и гнид за одно применение», «100% уничтожение вшей и гнид».

Необходимо также отметить, что описывая признаки наличия в рекламе указания на лечебные свойства объекта рекламирования, пункт 33 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения

арбитражными судами Федерального закона "О рекламе» указывает, что создание впечатления о наличии лечебных свойств возможно путем упоминания симптоматики заболевания одновременно с упоминанием продукта как средства, оказывающего лечебно-профилактический эффект.

Резюмируя изложенное, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что в рекламе средства «Педикулен Ультра», размещенной на странице 29 журнала «МОЙ КРОХА И Я» № 9/2015, содержится указание на лечебные свойства, то есть положительное влияние на течение болезни.

При этом, согласно пункту 6 части 5 статьи 5 подобное указание возможно исключительно в рекламе лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий.

В соответствии с пунктом 1 статьи 4 Федерального закона от 12.04.2010 № 61-ФЗ «Об обращении лекарственных средств» (далее — Закон об обращении лекарственных средств), под лекарственными средствами понимаются вещества или их комбинации, вступающие в контакт с организмом человека или животного, проникающие в органы, ткани организма человека или животного, применяемые для профилактики, диагностики (за исключением веществ или их комбинаций, не контактирующих с организмом человека или животного), лечения заболевания, реабилитации, для сохранения, предотвращения или прерывания беременности и полученные из крови, плазмы крови, из органов, тканей организма человека или животного, растений, минералов методами синтеза или с применением биологических технологий. К лекарственным средствам относятся фармацевтические субстанции и лекарственные препараты.

В силу части 1 статьи 13 Закона об обращении лекарственных средств, в Российской Федерации допускаются производство, изготовление, хранение, перевозка, ввоз в Российскую Федерацию, вывоз из Российской Федерации, реклама, отпуск, реализация, передача, применение, уничтожение лекарственных препаратов, если они зарегистрированы соответствующим уполномоченным федеральным органом исполнительной власти.

Таким образом, для признания какого-либо препарата лекарственным средством необходима обязательная процедура лицензирования, предусмотренная Законом об обращении лекарственных средств.

Как установлено в ходе рассмотрения настоящего дела и не оспаривается лицами, участвующими в деле, препарат «Педикулен Ультра» не зарегистрирован в качестве лекарственного средства, а следовательно не относится к объектам рекламирования, в рекламе которых в качестве исключения допускается указание на лечебные свойства, а равно на положительное влияние на течение болезни.

Комиссия критически относится к доводу ООО «ФОРВАРД МЕДИА ГРУПП» относительно разделения макета и принадлежности фраз указывающих на положительное течение болезни исключительно к слову завшивление, которое в соответствии с МКБ-10, по мнению Общества, не

является заболеванием.

Рекламный макет представляет собой целостно воспринимаемый потребителями рекламы информационный материал. Содержащаяся в рассматриваемой рекламе информация так или иначе воспринимается в совокупности и взаимосвязано. В данном случае отсутствует какое-либо визуальное, тематическое или иное разделение рекламного макета на части, которые воспринимались бы отдельно друг от друга. Таким образом, распространенная информация представляет собой единое, целостное сообщение, направленное на неопределенный круг лиц и воспринимаемое ими в своей совокупности и взаимосвязи как реклама конкретного товара - «Педикулен Ультра».

На основании изложенного Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о наличии в рассматриваемой рекламе «Педикулен Ультра» нарушения пункта 6 части 5 статьи 5 Закона о рекламе, а именно содержит указание на лечебные свойства объекта рекламирования, при то, что такой объект рекламирования не является лекарственным средством, медицинской услугой, в том числе методом профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинским изделием.

Согласно частями 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 6 части 5 статьи 5 Закона о рекламе несет как рекламодатель, так и рекламораспространитель.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно пункту 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламораспространителем является лицо осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламораспространителем является лицо, осуществляющее фактическое доведение содержания объекта рекламирования до сведения потребителей.

Рассматриваемая реклама распространялась в журнале «МОЙ КРОХА И Я» на основании договора № К-1/00100 от 12.08.2015, заключенного между ООО «ФОРВАРД МЕДИА ГРУПП» и ООО «БиТуЭль».

В соответствии с пунктом 1.1 данного договора, ООО «ФОРВАРД МЕДИА ГРУПП» принимает на себя обязательства оказать ООО «БиТуЭль» услуги по размещению рекламно-информационных материалов ООО «БиТуЭль» или клиентов ООО «БиТуЭль» в выпускаемых ООО «ФОРВАРД МЕДИА ГРУПП» периодических печатных изданиях ООО «ФОРВАРД МЕДИА ГРУПП».

Согласно пункту 1.2 указанного договора, «ФОРВАРД МЕДИА ГРУПП» осуществляет размещение рекламных объявлений ООО «БиТуЭль» на основании заявок, в которых определяются даты размещения, количество, формат и стоимость рекламных объявлений.

В соответствии с Заявкой на размещение рекламных объявлений № 2 по указанному договору, ООО «ФОРВАРД МЕДИА ГРУПП» обязуется разместить

рекламу «Педикулен» в выпуске журнала «МОЙ КРОХА И Я» № 9. Выполнение размещения рассматриваемой рекламы подтверждается также актом № 1754 от 28.08.2015 оказания услуг по размещению рекламы.

Лицам, участвующим в деле, была предоставлена возможность при наличии представить в материалы дела иные договоры, имеющие отношение к предмету рассмотрения настоящего дела, а равно к распространению спорной рекламной информации. Однако иных договоров или соглашений сторонами по делу не представлено.

На основании изложенного и принимая во внимание вышеизложенные обстоятельства распространения рассматриваемой рекламы, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что рекламодателем спорной рекламы является ООО «БиТуЭль», рекламораспространителем — ООО «ФОРВАРД МЕДИА ГРУПП».

Следовательно Комиссией Московского УФАС России в действия ООО «ФОРВАРД МЕДИА ГРУПП», ООО «БиТуЭль» установлен факт нарушения пункта 6 части 5 статьи 5 Закона о рекламе.

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, 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 ООО «ФОРВАРД МЕДИА ГРУПП», ООО «БиТуЭль» предписаний о прекращении (недопущении

дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения Закона о рекламе.

Согласно письменным пояснениям ООО «Форвард Медиа Групп» и выходным данным рассматриваемого печатного издания, день начала распространения тиража журнала «Мой кроха и я» № 9/2015 (дата выхода в свет) — 28.08.2015.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 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 Московского УФАС России

#### РЕШИЛА:

1. Признать ООО «ФОРВАРД МЕДИА ГРУПП», ООО «БиТуЭль» нарушившими пункт 6 части 5 статьи 5 Закона о рекламе в связи с распространением на странице 29 журнала «МОЙ КРОХА И Я» № 9/2015 ненадлежащей рекламы «Педикулен Ультра», которая содержит указание на лечебные свойства, то есть положительное влияние на течение болезни, объекта рекламирования, при том, что объект рекламирования не является лекарственным средством, медицинской услугой, в том числе методом профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинским изделием.

2. Выдать ООО «ФОРВАРД МЕДИА ГРУПП», ООО «БиТуЭль» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передавать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского 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, статьей 37 Закона о рекламе.

Председатель Комиссии

И.С. Гудкова

Члены Комиссии

Н.С. Уварова

Е.А. Романова