

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 19

о назначении административного наказания  
по делу №64-АД(Р)03-18 об административном правонарушении

30 марта 2018г. г. Барнаул

Заместитель руководителя управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю К<...>, рассмотрев протокол должностного лица управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю №14 от 20.03.2018г. и материалы дела №64-АД(Р)03-18 об административном правонарушении, возбужденного в отношении индивидуального предпринимателя Ш<...>(далее ИП Ш<...>) <...>, ИНН 220454100741, место рождения: <...>,

УСТАНОВИЛ:

ИП Ш<...> на рассмотрение дела об административном правонарушении не явилась.

В соответствии с ч.2 ст.25.1 КоАП РФ дело об административном правонарушении рассматривается с участием лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении. В отсутствие указанного лица дело может быть рассмотрено лишь в случаях, предусмотренных ч.3 ст.28.6 КоАП РФ, либо если имеются данные о надлежащем извещении лица о месте и времени рассмотрения дела и если от лица не поступало ходатайство об отложении рассмотрения дела либо если такое ходатайство оставлено без удовлетворения. Лицо, в отношении которого ведется производство по делу надлежащим образом извещено о дате, времени и месте рассмотрения дела об административном правонарушении.

ИП Ш<...> направила ходатайство о рассмотрении дела в ее отсутствии (вхд. №183410 от 29.03.2018г.).

В соответствии со ст. 29.7 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях принято решение о рассмотрении дела в отсутствие лица, привлекаемого к административной ответственности.

Согласно протоколу об административном правонарушении №14 от 20.03.2018г. в действиях ИП Ш<...> допущено нарушение ч.8 ст.24 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее Федеральный закон «О рекламе») и содержится состав административного правонарушения, предусмотренный ч.5 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях. Данное обстоятельство выразилось в следующем.

18 декабря 2017г. Алтайским краевым УФАС России выявлен факт распространения в журнале «Бийчанка» №3 (748), 2017 на странице 20 рекламной статьи лечебно-диагностической клиники ООО «Лечебно-диагностическая клиника»: «О самом ценном!».

Рассматриваемая рекламная статья содержит следующую информацию: «... хирург высшей категории... используя метод аргоноплазменной коагуляции – с помощью высококачественного электрического переменного тока, удаляет различные доброкачественные новообразования кожи. Конечно, перед этим проводится дерматоскопическое исследование новообразований. ... - Насколько мне известно, «Лечебно-диагностическая клиника» может похвастаться высокотехнологичным оборудованием? - Это действительно так. Например, в Бийске только в нашей клинике есть механотерапевтическая установка «Ормед-профессионал». Она позволяет проводить вытяжение позвоночника и вибрационный массаж мышечно-суставного аппарата... Кроме того, у нас есть УЗИ сканер премиум класса, с помощью него мы проводим УЗИ внутренних органов....

ультразвуковой диагностикой плода на всех сроках беременности с записью на диск теперь не нужно ездить в Барнаул ... Ультразвуковая высокотехнологичная диагностическая система позволяет создавать трехмерную реконструкцию в режиме SMART 3D и объемное изображение в формате 4D в реальном времени... ВОЗМОЖНЫ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ. ТРЕБУЕТСЯ КОНСУЛЬТАЦИЯ СПЕЦИАЛИСТА». На основании статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», реклама – это 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. Объект рекламирования – товар, средства 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.

Обозначенная информация полностью соответствует законодательному определению понятия «реклама», является публичной, направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к лечебно-диагностической клинике (ООО «ЛДК»), к оказываемым ей медицинским услугам, методам диагностики и лечения (аргоноплазменная коагуляция, дерматоскопическое исследование новообразования, ультразвуковая диагностика плода), а также медицинским изделиям (механотерапевтическая установка «Ормедпрофессионал»), способствует поддержанию интереса к указанным объектам рекламирования и продвижению их на рынке.

В соответствии с ч.8 ст. 24 Федерального закона «О рекламе» реклама лекарственных препаратов в формах и дозировках, отпускаемых по рецептам на лекарственные препараты, методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, а также медицинских изделий, для использования которых требуется специальная подготовка, не допускается иначе как в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий и в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях.

В рассматриваемой рекламной статье раскрывается содержание следующих методов диагностики и лечения:

-аргоноплазменная коагуляция;

-дерматоскопия;

-ультразвуковая диагностика плода (трехмерная реконструкция в режиме SMART 3D и объемное изображение в формате 4D).

Аргоноплазменная коагуляция – это метод, при использовании которого энергия электромагнитного поля высокой частоты передается на ткань бесконтактным способом с помощью ионизированного газа аргона. В хирургии коагуляция стала использоваться относительно недавно. С ее помощью «запечатывают» кровоточащие сосуды, удаляют злокачественные или доброкачественные новообразования, проводят операции, требующие особой точности и аккуратности.

Дерматоскопия- это метод диагностики, который используется для оценки изменений структуры кожи и изучения природы ее поражений. Выполняется она с помощью специального прибора – дерматоскопа.

Ультразвуковая диагностика плода – это метод ультразвуковой диагностики, который позволяет получить объемное изображение плода. Трехмерное УЗИ (3D) – метод получения изображения путем комплексного преобразования двумерной

информации в объемную трехмерную модель. Преобразование выполняется с помощью трехмерного датчика и специальной компьютерной программы, которой оснащен ультразвуковой аппарат. Полученные картинки можно поворачивать и рассматривать с разных сторон. Четырехмерное УЗИ (4D) – это трехмерное изображение плода плюс его движение в реальном времени. В результате, трехмерное статическое изображение дополняется четвертым измерением – временем и становится видимой активностью плода, его мимика в движении. Требования ч.8 ст.24 Федерального закона «О рекламе» распространяются на все без исключения методы профилактики, диагностики и медицинской реабилитации и запрещают их рекламирование.

Кроме того, рассматриваемая рекламная статья содержит следующую информацию: «...- Насколько мне известно, «Лечебно-диагностическая клиника» может похвастаться высокотехнологичным оборудованием? -Это действительно так. Например, в Бийске только в нашей клинике есть механотерапевтическая установка «Ормед-профессионал». Она позволяет проводить вытяжение позвоночника и вибрационный массаж мышечно-суставного аппарата...». При этом, механотерапевтическая установка «Ормед-профессионал» является аппаратом для вытяжки позвоночника, рычаги вытяжения которого позволяют проводить работу под различными углами, как вертикальное вытяжение позвоночника, так и горизонтальное. Аппарат «Ормед-профессионал» предназначен для специалистов с высокими требованиями к эксплуатируемой технике.

В соответствии с ч.8 ст. 24 Федерального закона «О рекламе» реклама медицинских изделий, для использования которых требуется специальная подготовка, также не допускается иначе как в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий и в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях.

Согласно свидетельству о регистрации СМИ ПИ № ТУ 22-00651 от 01.02.2017, журнал «Бийчанка», в котором распространена рассматриваемая реклама методов диагностики и лечения, а также медицинских изделий, зарегистрировано как печатное СМИ (журнал), следовательно он не является специализированным печатным изданием, предназначенным для медицинских и фармацевтических работников.

Таким образом, рассматриваемая реклама, размещенная в журнале «Бийчанка» №3 (748), 2017 на странице 20, содержит признаки нарушения ч.8 ст.24 Федерального закона «О рекламе».

Согласно п.4 ст.3 Федерального закона «О рекламе», ненадлежащая реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации. 23 января 2018 года Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе признала ненадлежащей рекламную статью ООО «Лечебно-диагностическая клиника» «О самом ценном!», распространенную в журнале «Бийчанка» №3 (748), 2017 на странице 20, так как в ней нарушены требования ч.8 ст.24 Федерального закона «О рекламе». ИП Ш<...> признана нарушившей требования ч.8 ст.24 Федерального закона «О рекламе». Согласно п.6 ст.38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение требований, установленных ч.8 ст.24 несет как рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, так и рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы

любым способом, в любой форме и с использованием любых средств. На основании договора возмездного оказания услуг (размещение рекламных материалов) №18 от 02.08.2017г., заключенного между ООО «Лечебно-диагностическая клиника» и ИП Ш<...>, рекламодателем является ИП Ш<...> (ИНН 220220454100741).

Согласно ч.4 ст. 38 Федерального закона «О рекламе», нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Согласно ст. 2.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое настоящим Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

На основании ст. 2.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, административной ответственности подлежит должностное лицо в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей. Лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, несут административную ответственность как должностные лица.

ИП Ш<...>, при распространении в журнале «Бийчанка» №3 (748), 2017 на странице 20, рекламной статьи ООО «Лечебно-диагностическая клиника» «О самом ценном!», нарушены требования ч.8 ст.24 Федерального закона «О рекламе», что является правонарушением, ответственность за которое предусмотрена ч.5 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Согласно ч.5 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, нарушение установленных законодательством о рекламе требований к рекламе лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, в том числе методов лечения, а также биологически активных добавок -влечет наложение административного штрафа на должностных лиц - от десяти тысяч до двадцати тысяч рублей.

Субъективная сторона правонарушения, предусмотренного ч.5 ст.14.38 КоАП РФ, характеризуется умышленной формой вины или совершенной по неосторожности. У ИП Ш<...> при размещении рассматриваемой рекламы имелась возможность для соблюдения правил и норм, установленных законодательством о рекламе, но не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению. Следовательно, в действиях ИП Ш<...> имеется вина в совершении правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 5 статьи 14.38 КоАП РФ.

Антимонопольным органом не установлено обстоятельств, находящихся вне контроля ИП Ш<...> и препятствующих исполнению обязанностей по соблюдению законодательства о рекламе.

Следовательно, вина Ш<...> в совершении правонарушения, предусмотренного ч.5 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях доказана и подтверждается материалами дела об административном правонарушении, в том числе протоколом об административном правонарушении №14 от 20.03.2018г.

Объективная сторона правонарушения, предусмотренного ч.5 ст.14.38 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, составляет

действия лица, выражающиеся в нарушении законодательства о рекламе. Непринятие ИП Ш<...> при распространении рекламной статьи ООО «Лечебно-диагностическая клиника» «О самом ценном!», должных мер по соблюдению требования ч.8 ст.24 Федерального закона «О рекламе», привело к нарушению законодательства РФ о рекламе, что образует оконченный состав административного правонарушения и влечет ответственность в соответствии с ч.5 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях. При составлении протокола ИП Ш<...> нарушение признала, указав, что оно совершено неумышленно. При вынесении решения по делу, просит учесть наличие смягчающих обстоятельств, а именно: наличие на иждивении малолетних детей. Таким образом, установлены смягчающие обстоятельства, предусмотренные ст. 4.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, а именно: совершение административного правонарушения женщиной, имеющей малолетнего ребенка.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, в соответствии со ст. 4.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, не установлено.

Федеральным законом от 03.07.2016 N 316-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» статья 4.1. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях дополнена статьей 4.1.1, устанавливающей, что являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицам, осуществляющим предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, и юридическим лицам, а также их работникам за впервые совершенное административное правонарушение, выявленное в ходе осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля, в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей раздела II настоящего Кодекса или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных частью 2 статьи 3.4 настоящего Кодекса, за исключением случаев, предусмотренных частью 2 настоящей статьи.

Согласно ст. 4 Федерального закона «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» к субъектам малого и среднего предпринимательства относятся внесенные в единый государственный реестр юридических лиц потребительские кооперативы и коммерческие организации (за исключением государственных и муниципальных унитарных предприятий), а также физические лица, внесенные в единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица (далее - индивидуальные предприниматели), крестьянские (фермерские) хозяйства, соответствующие следующим условиям:

- средняя численность работников за предшествующий календарный год не должна превышать следующие предельные значения средней численности работников для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства:
  - а) от ста одного до двухсот пятидесяти человек включительно для средних предприятий;
  - б) до ста человек включительно для малых предприятий; среди малых предприятий выделяются микропредприятия - до пятнадцати человек;
- выручка от реализации товаров (работ, услуг) без учета налога на добавленную

стоимость или балансовая стоимость активов (остаточная стоимость основных средств и нематериальных активов) за предшествующий календарный год не должна превышать предельные значения, установленные Правительством Российской Федерации для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства.

Постановлением Правительства РФ от 13.07.2015 N 702 «О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства» установлены предельные значения выручки от реализации товаров (работ, услуг) за предшествующий календарный год без учета налога на добавленную стоимость для следующих категорий субъектов малого и среднего предпринимательства:

микропредприятия - 120 млн. рублей;

малые предприятия - 800 млн. рублей;

средние предприятия - 2 млрд. рублей.

Согласно выписке из Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства, по состоянию на 30.03.2018г., ИП Ш<...> относится к категории – микропредприятие.

Таким образом, ИП Ш<...> соответствует указанным условиям отнесения к категории субъектов малого и среднего предпринимательства – малое предпринимательство.

Согласно части 2 статьи 3.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях предупреждение устанавливается за впервые совершенные административные правонарушения при отсутствии причинения вреда или возникновения угрозы причинения вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также при отсутствии имущественного ущерба.

ИП Ш<...> впервые совершила нарушение рекламного законодательства, материалы, свидетельствующие о причинении имущественного ущерба либо вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, отсутствуют.

С учетом того, что ИП Ш<...> является субъектом малого бизнеса, а также при наличии обстоятельств, установленных частью 2 статьи 3.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административное наказание в виде административного штрафа, предусмотренное частью 1 статьи 14.38 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, подлежит замене на предупреждение.

Применение предупреждения влечет для нарушителя соответствующие правовые последствия. Лицо, которому назначено предупреждение, считается подвергнутым данному наказанию в течение одного года со дня окончания исполнения постановления о назначении предупреждения. Если в течение года такое лицо совершит новое административное правонарушение, то к нему может быть применено более строгое административное наказание.

Руководствуясь статьями 4.1.1., 4.1, 14.38, 23.48, 28.3, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

признать виновной ИП Ш<...> (ИНН: 220454100741) в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч.5 ст. 14.38 КоАП РФ, и назначить ей наказание в виде предупреждения. В соответствии с ч. 3 ст. 30.1 и ч.1 ст. 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд по месту рассмотрения дела в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно ч. 1 ст. 31.1 КоАП РФ, постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

Дата выдачи постановления «30» марта 2018г.

Заместитель руководителя управления  
Советник ГСС РФ 1 класса К<...>