Постановление о назначении административного наказания по делу № А08-1347/2016 об административном правонарушении

Исх. РХ-08/230 от 11.01.2017г.

Должностное лицо Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан <…>, рассмотрев протокол и материалы дела №А08-1347/2016 об административном правонарушении, возбужденного в отношении Общества с ограниченной ответственностью «Казгоржилреклама-3» (420073, РТ, г. Казань, ул. Аделя Кутуя, д. 9, помещение 1001; ОГРН <…>, ИНН/КПП <…>, дата регистрации: <…>),

УСТАНОВИЛ:

На основании распоряжения Татарстанского УФАС России №РХ-08/10546 от 29.07.2015г. проведена внеплановая выездная проверка в отношении ООО «Казгоржилреклама-3» (далее – ООО «КГЖР-3») на предмет соблюдения норм Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

В процессе проведения проверки были изучены макеты размещенных рекламных объявлений за период с января 2016г. по август 2016г. на предмет соблюдения норм Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», по результатам проверки выявлено следующее.

В рекламе, размещенной ООО «КГЖР-3» в январе 2016г. в лифтах многоквартирных домов г. Казани, с текстом следующего содержания: «*ДЫХАНИЕ Соляная пещера… Новинка – детская йога в пещере… -Помогает восстановится после болезни –Снимает последствия стресса –Борется с частыми ОРВИ –Облегчает течение аллергии и астмы –Соляные лампы для поддержания терапевтического эффекта дома… г.Казань ул. Максимова, 40 253-73-75*», содержатся признаки нарушения ч. 7 ст. 5 и *ч. 7 ст. 24 Закон «О рекламе».*

В связи с указанными обстоятельствами, Управлением было возбуждено дело № 08-237/2016 (определение о возбуждении дела №08-237/2016 (исх.№ИП-08/13956 от 29.09.2016г.)).

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе определено, что реклама – 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;

Пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе определено, что 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;

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.

В соответствии с пунктом 1 статьи 7 Закона о рекламе не допускается реклама товаров, производство и (или) реализация которых запрещены законодательством Российской Федерации.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации является ненадлежащей.

Информация, распространявшаяся ООО «КГЖР-3» в январе 2016г. в лифтах многоквартирных домов г. Казани, с текстом следующего содержания: *«ДЫХАНИЕ Соляная пещера… Новинка – детская йога в пещере… -Помогает восстановится после болезни –Снимает последствия стресса –Борется с частыми ОРВИ –Облегчает течение аллергии и астмы –Соляные лампы для поддержания терапевтического эффекта дома… г.Казань ул. Максимова, 40 253-73-75»,* содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц, преследует строго заданные цели информирования: продвижения на рынке, призвана формировать и поддерживать интерес к товарам, предоставляемым соответствующим рекламодателем, а именно к медицинским услугам по борьбе с ОРВИ.

ОРВИ – группа острых респираторных вирусных заболеваний человека, вызываемых представителями семейств иродов ортомиксо-, парамиксо-, рео-, руби-, рино-, корона-, адено- и герпесвирусов. Характеризуется вирусной этиологией, острым течением, поражением органов дыхания, воздушно-капельным путем передачи, массовым распространением, увеличением заболеваемости в осенне-зимний период, малой эффективностью противоэпидемических мероприятий. *(Источник: «Словарь терминов микробиологии»).*

В рекламе, распространявшейся в январе 2016г. в лифтах многоквартирных домов г. Казани с текстом следующего содержания: *«ДЫХАНИЕ Соляная пещера… Новинка – детская йога в пещере… -Помогает восстановится после болезни – Снимает последствия стресса –Борется с частыми ОРВИ –Облегчает течение аллергии и астмы –Соляные лампы для поддержания терапевтического эффекта дома… г.Казань ул. Максимова, 40 253-73-75»,* отсутствует предупреждение о наличии противопоказаний к применению и использованию, а также необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получение консультации специалистов.

Согласно части 7 статьи 24 Закона «О рекламе» реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд и

должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства). Требования настоящей части не распространяются на рекламу, распространяемую в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, а также в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях, и на иную рекламу, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники.

Таким образом, Комиссия пришла к выводу, что отсутствие в рассматриваемой рекламе информации, а именно отсутствии предупреждения о наличии противопоказаний к применению и использованию, а также необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получение консультации специалистов, является не соответствующей требованиям части 7 статьи 24 Закона «О рекламе».

Пунктом 4 Определения о возбуждении дела №08-237/2016 от 29 сентября 2016 года (исх.№ИП-08/13956 от 29.09.2016г.) у ООО «КГЖР-3», были запрошены документы и материалы, необходимые для рассмотрения настоящего дела.

ООО «КГЖР-3» представило договор №185 от 10.06.2015 года, приложение №3 к договору №185 от 10.06.2015 года, акт выполненных работ №КГ000000037 от 31.01.2016г., а также увеличенный макет рекламного объявления.

Из устных пояснений представителя по доверенности ООО «КГЖР-3» и увеличенного макета рекламного объявления *«ДЫХАНИЕ Соляная пещера… Новинка – детская йога в пещере… -Помогает восстановится после болезни –Снимает последствия стресса –Борется с частыми ОРВИ –Облегчает течение аллергии и астмы –Соляные лампы для поддержания терапевтического эффекта дома… г.Казань ул. Максимова, 40 253-73-75»*, установлено, что в рекламном объявлении имеется надпись *«Имеются противопоказания. Требуется консультация специалиста.»*.

Однако, Комиссией в ходе рассмотрения увеличенного макета и проведения анализа представленного макета был проведен расчет площади всего макета, которая составила 289.87 $см^2$ (28.7 см (длинна) * 10.1 см (ширина) = 289.87 $см^2$), далее подсчитанная площадь надписи *«Имеются противопоказания. Требуется консультация специалиста.»*, которая составила 4.7 $см^2$ (9.4 см (длинна) * 0.5 см (ширина) = 4.7 $см^2$). В соответствии с частью 7 статьи 24 Закона о рекламе, предупреждение о наличии противопоказаний и необходимости консультации должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд и должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства). В данном случае площадь данного предупреждения должна была составлять 14.49 $см^2$ = 5% от общего объема рекламной площади (289.87 $см^2$ (площадь рекламного объявления) / 100% * 5% (минимально необходимый процент рекламной площади) = 14.49 $см^2$ (минимально необходимая площадь предупреждения)). В рассматриваемой рекламе,

рекламная площадь о наличии противопоказаний и необходимости консультации составляет менее чем пять процентов рекламной площади, а именно 1,62 % (Площадь рекламы: длинна - 28.7 см, ширина - 10.1 см, площадь 289.87 см^2; площадь о наличии противопоказаний и необходимости консультации: длинна - 9.4 см, ширина - 0.5, площадь - 4.7 см^2).

На основании вышеизложенного, Комиссия пришла к выводу, что реклама, размещенная ООО «КГЖР-3» в январе 2016г. в лифтах многоквартирных домов г. Казани, с текстом следующего содержания: *«ДЫХАНИЕ Соляная пещера… Новинка – детская йога в пещере… -Помогает восстановится после болезни –Снимает последствия стресса –Борется с частыми ОРВИ –Облегчает течение аллергии и астмы –Соляные лампы для поддержания терапевтического эффекта дома… г.Казань ул. Максимова, 40 253-73-75» «Имеются противопоказания. Требуется консультация специалиста.»*, не соответствующей части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.06. № 38-ФЗ «О рекламе», в части отведения площади предупреждения о наличии противопоказаний к применению и использованию, а также необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получение консультации специалистов, составило менее 5% (пяти процентов) от всей рекламной площади (рекламного пространства) распространяемой рекламы.

Из положений части 7 статьи 38 Закона о рекламе следует, что за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 24 Закона о рекламе несет ответственность рекламораспространитель, т.е. ООО «Казгоржилреклама-3» (420073, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Аделя Кутуя, дом 9, оф. 1001, ОГРН 1151690008095, Дата регистрации: 04.02.2015г.).

В ходе рассмотрения дела №08-237/2016, Комиссией установлено, что рекламное объявление распространялось в лифтах многоквартирных домов Авиастроительного района г. Казани по договору №185 от 10.06.2015г. в период с 17.01.2016г. по 31.01.2016г., согласно приложению №3 к договору №185 от 10.06.2015 года, акту выполненных работ №КГ000000037 от 31.01.2016г. и представленных ООО «КГЖР-3».

Совершение ООО «Казгоржилреклама-3» (420073, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Аделя Кутуя, дом 9, оф. 1001, ОГРН 1151690008095, Дата регистрации: 04.02.2015г.) *действий, результатом которого явилось размещение* рекламы в январе 2016г. в лифтах многоквартирных домов г. Казани, с текстом следующего содержания: *«ДЫХАНИЕ Соляная пещера… Новинка – детская йога в пещере… -Помогает восстановится после болезни –Снимает последствия стресса –Борется с частыми ОРВИ –Облегчает течение аллергии и астмы –Соляные лампы для поддержания терапевтического эффекта дома… г.Казань ул. Максимова, 40 253-73-75» «Имеются противопоказания. Требуется консультация специалиста.»*, не соответствующей части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.06. № 38-ФЗ «О рекламе», в части отведения площади предупреждения о наличии противопоказаний к применению и использованию, а также необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получение консультации специалистов, составило менее 5% (пяти процентов) от всей рекламной площади (рекламного пространства) распространяемой рекламы, *образуют состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьей 14.3 КоАП*

РФ.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 6 настоящей статьи, частью 4 статьи 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса,

- влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Время совершения ООО «КГЖР-3» административного правонарушения: с 17.01.2016г. по 31.01.2016г. – период размещения рекламы в лифтах многоквартирных домов Авиастроительного района г. Казани.

Согласно части 1 статьи 4.5 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении за нарушение законодательства Российской Федерации рекламе не может быть вынесено по истечении одного года со дня совершения административного правонарушения.

День, с которого начинают исчисляться сроки давности привлечения ООО «КГЖР-3» *к административной ответственности действий, признаваемых недопустимыми в соответствии с нормами законодательства Российской Федерации о рекламе,* 31 января 2016 года – день окончания размещения рекламы в лифтах многоквартирных домов Авиастроительного района г. Казани, *несоответствующей требованиям Закона «О рекламе».*

Место совершения ООО «КГЖР-3» административного правонарушения Авиастроительный район г. Казани, где размещалась реклама, *несоответствующая требованиям* части 7 статьи 24 *Закона «О рекламе»*.

ООО «Казгоржилреклама -3», *надлежащим образом уведомлено о времени и месте составления протокола путем направления телеграммы и заказного письма с уведомлением о вручении, содержащего документ о дате, времени и месте составления настоящего протокола.*

Составление протокола состоялось 23 декабря 2016 года в присутствии представителя ООО «Казгоржилреклама-3» *по доверенности <…> (доверенность №* от **.**.****г.).*

ООО «Казгоржилреклама-3», *надлежащим образом уведомлено о времени и месте рассмотрения дела путем подписания протокола №А08-1347/2016 об административном правонарушении, содержащего указания о дате, времени и месте рассмотрения дела.*

Рассмотрение дела об административном правонарушении состоялось 09 января 2017 года в отсутствии законного представителя или представителя по доверенности ООО «Казгоржилреклама-3».

Решая вопрос о виде и размере административного наказания, учитывается характер совершенного административного правонарушения, имущественное и финансовое положение юридического лица (личность виновного, его имущественное положение) обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

При рассмотрении настоящего дела обстоятельств, предусмотренных статьей 24.5 КоАП РФ, не выявлено, равно, как отсутствуют и иные основания для прекращения производства по делу об административном правонарушении.

Оснований для применения ст. 2.9 КоАП РФ не установлено.

Руководствуясь статьями 23.48, 29.9, а также статьями ч. 1 ст. 14.3, ч. 2 ст. 25.1, ст. 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ),

ПОСТАНОВИЛ:

Признать ООО «Казгоржилреклама-3» (420073, РТ, г. Казань, ул. Аделя Кутуя, д. 9, помещение 1001; ОГРН <…>, ИНН/КПП <…>, дата регистрации: <…>) нарушившим ч. 1 ст. 14.3. КоАП РФ и назначить ему наказание в виде **административного штрафа в размере 101 000 рублей 00 копеек.**

В соответствии с частью 1 статьи 32.2 КоАП РФ штраф должен быть уплачен не позднее 60 дней со дня вступления постановления о наложении штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 КоАП РФ.

В соответствии с частью 5 статьи 3.5 КоАП РФ сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме.

Согласно п.п. 2 п. 1 ст. 46 БК РФ суммы денежных взысканий (штрафов) за нарушении законодательство РФ о рекламе антимонопольного органа подлежит зачислению в бюджеты бюджетной системы РФ в следующем порядке:

В федеральный бюджет – по нормативу 40%

В бюджет субъекта РФ, на территории которого зарегистрированы юридические лица или индивидуальные предприниматели, допустившие нарушение законодательства РФ о рекламе, - по нормативу 60%

Реквизиты для уплаты административного штрафа:

Штраф должен быть оплачен плательщиками в доход бюджета на счет 40101810800000010001 по следующим реквизитам:

Банк получателя: ГРКЦ НБ Республики Татарстан Банка России;

Получатель: УФК РТ (Татарстанское УФАС России)

ИНН получателя: ИНН 1653003714

КПП: 165501001

БИК Банка: 049205001

ОКТМО по месту регистрации;

КБК: 161 1 16 26000 01 6000 140

ID плательщика: 21660236607166001001

УИН: **03198824080110000000670207**

Назначение платежа – денежное взыскание (штраф) за нарушение законодательства о рекламе, налагаемое федеральным органом государственной власти по делу № А08-1347/2016.

Копию документа, подтверждающего уплату административного штрафа, лицо, привлеченное к административной ответственности, направляет должностному лицу, вынесшему постановление, по факсу в Татарстанское УФАС России, ул. Московская д. 55, г. Казань, 420021, тел: (843) 238-19-46

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП РФ неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа, но не менее одной тысячи рублей, либо административный арест на срок до пятнадцати суток, либо обязательные работы на срок до пятидесяти часов.

В соответствии с пунктом 3 части 1 и частью 3 статьи 30.1 КоАП РФ, а также частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно статьи 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.

(…) – <…>