

# ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 35р-15/121-04

## о прекращении производства

### по делу об административном правонарушении

«29» апреля 2015 г. г. Киров

Руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области <...>, рассмотрев протокол № 35р-15/121-04 от 20.04.2015, составленный <...>, начальником отдела финансовых рынков и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области в отношении юридического лица – ООО «Карат» (юридический и почтовый адрес: 610000, г. Киров, ул. <...>, ИНН <...>, ОГРН <...>, р/с <...> в <...>, г. Киров, кор. счет - <...>, БИК - <...>, КПП - <...>, законный представитель - генеральный директор ООО «Карат» <...>), в связи с нарушением пунктов 1, 2, 3 статьи 25 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе»,

### УСТАНОВИЛ:

Решением комиссии Кировского УФАС России от 13.03.2015 (резюлютивная часть оглашена 26.02.2015) по делу №128/04-14-р в действиях ООО «Карат», выразившихся в распространении рекламы: «Медвежий жир да живица – прощай больница...Забудьте о болезнях – природа дарит Вам здоровье! Только 100% натуральные компоненты. Положительные результаты с первых дней применения. 100% гарантия результата...Как удалось воссоздать рецептуру масла «Сибирского», которое помогает при огромном количестве заболеваний? В поисках ответов на вопросы мы обратились к доктору медицинских наук <...>....Кто из нас мысленно не восклицал: Эх, где бы раздобыть такое лекарство или иное средство, чтобы наверняка наступило исцеление?! Тем, кто согласен со мной, могу рекомендовать 100% натуральные комплексы: масло «Сибирское», бальзам «Егерь», эликсир «Медвед», «Гепар ПРО+», «Сустав», «Кардио», «Иммуно», «Грация», «Детокс», «Ивапирин», а также растирки для наружного применения: «Медвед», «Серебряный», «БиоГель». <...>, какой спектр применения этих комплексов? – В моей медицинской практике есть все очевидные результаты, как при простуде, так и в устранении самых сложных инсультных заболеваний, вторгающихся в жизни миллионов людей...Хороший результат достигается при язве желудка и двенадцатиперстной кишки, кишечных расстройствах ....», размещенной в газете «Источник новостей» № 22(378) от 31 мая 2014 на 20 странице, создающей впечатление о том, что биологически активная добавка масло «Сибирское» является лекарственным средством и (или) обладает лечебными свойствами, содержащей ссылки на конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния в результате применения такой добавки и выражение благодарности физическими лицами в связи с применением такой добавки, признан факт

нарушения пунктов 1, 2, 3 части 1 статьи 25 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

В Кировское УФАС России поступило заявление физического лица по факту размещения в газете «Источник новостей» № 22(378) от 31 мая 2014 на 20 странице рекламной статьи следующего содержания: «Медвежий жир да живица – прощай больница... Забудьте о болезнях – природа дарит Вам здоровье! Только 100% натуральные компоненты. Положительные результаты с первых дней применения. 100% гарантия результата... Как удалось воссоздать рецептуру масла «Сибирского», которое помогает при огромном количестве заболеваний? В поисках ответов на вопросы мы обратились к доктору медицинских наук <...>.... Кто из нас мысленно не восклицал: Эх, где бы раздобыть такое лекарство или иное средство, чтобы наверняка наступило исцеление?! Тем, кто согласен со мной, могу рекомендовать 100% натуральные комплексы: масло «Сибирское», бальзам «Егерь», эликсир «Медвед», «Гепар ПРО+», «Сустав», «Кардио», «Иммуно», «Грация», «Детокс», «Ивапирин», а также растирки для наружного применения: «Медвед», «Серебряный», «БиоГель». <...>, какой спектр применения этих комплексов? – В моей медицинской практике есть все очевидные результаты, как при простуде, так и в устранении самых сложных инсультных заболеваний, вторгающихся в жизни миллионов людей... Хороший результат достигается при язве желудка и двенадцатиперстной кишки, кишечных расстройствах ....».

В заявлении указано, что в рекламной статье содержатся ссылки на конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния в результате применения медвежьего жира, благодарности от физических лиц в связи с применением биологически активной добавки «медвежий жир». Кроме того, рекламная статья создает впечатление о том, что «медвежий жир» является лекарственным средством и обладает лечебными свойствами. Тем самым содержатся признаки нарушения п.1, 2, 3 ч.1 ст. 25 ФЗ «О рекламе».

Кроме того, надпись «100% гарантия результата» подпадает под критерии недостоверной рекламы, а именно, содержит не соответствующие действительности сведения о характеристике товара, поскольку ни один из методов лечения или поддержания здоровья не имеет стопроцентного результата. Размещение таких сведений может привести к искажению смысла информации, содержащейся в рекламе, и ввести в заблуждение потребителей данной рекламы.

Таким образом, по мнению заявителя, рекламная информация, размещенная в газете «Источник новостей», является недостоверной и противоречит пункту 2 части 3 статьи 5 и пунктам 1, 2, 3 части 1 статьи 25 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»).

Определением от 28.11.2014 Кировским УФАС России возбуждено дело №128/04-14-р по признакам нарушения ООО «Карат» пункта 2 части 3 статьи 5 и пунктов 1, 2, 3 части 1 статьи 25 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»), выразившегося в определении содержания и распространении рекламы товара (биологически активной добавки), содержащей несоответствующие действительности сведения о характеристиках товара, в том числе о его назначении, потребительских свойствах, а также создающей впечатление о том, что товар является лекарственным средством и (или) обладает лечебными свойствами, содержащей ссылки на конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния в

результате применения таких добавок и выражение благодарности физическими лицами в связи с применением таких добавок. Рассмотрение дела назначено на 17.12.2014.

Определением от 17.12.2014 срок рассмотрения дела №128/04-14-р продлен до 28.02.2015 в связи с запросом у лиц, участвующих в деле, дополнительных документов и сведений.

Определением от 22.01.2015 рассмотрение дела №128/04-14-р отложено в связи с запросом у лиц, участвующих в деле, дополнительных документов и сведений. К рассмотрению дела №128/04-14-р в качестве лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, привлечены ИП <...>, ИП <...>.

25.02.2015 был объявлен перерыв в заседании комиссии Кировского УФАС России до 26.02.2015.

На заседании комиссии, состоявшемся 26.02.2015, представитель ООО «Карат», ИП <...> пояснил, что ответственность за содержание рекламного модуля лежит на ИП <...>, представил дополнительные документы.

Физическое лицо – заявитель, надлежащим образом извещенный о дате, времени и месте рассмотрения дела №128/04-14-р, на заседание комиссии не явился. Стороны не возражали рассмотреть дело в отсутствие указанного лица.

На заседание комиссии ответчик – ИП <...> не явился, запрошенные документы не представил. В материалах дела отсутствует отметка о надлежащем уведомлении о дате, времени и месте рассмотрения дела, однако заседание комиссии откладывалось три раза в связи с отсутствием указанного лица, предыдущие определения об отложении рассмотрения дела ответчик не получает (временное отсутствие адресата), ИП <...> явку не обеспечил. В связи с чем, комиссией Кировского УФАС России принято решение о рассмотрении дела №128/04-14-р в отсутствие ИП <...> Стороны не возражали рассмотреть дело в отсутствие указанного лица.

Изучив материалы дела, заслушав лиц, участвующих в деле, комиссия Кировского УФАС России приходит к следующим выводам.

Согласно ст. 3 Федерального закон «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. Под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, 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. Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация следующего содержания «Медвежий жир да живица – прощай

больница... Забудьте о болезнях – природа дарит Вам здоровье! Только 100% натуральные компоненты. Положительные результаты с первых дней применения. 100% гарантия результата... Как удалось воссоздать рецептуру масла «Сибирского», которое помогает при огромном количестве заболеваний? В поисках ответов на вопросы мы обратились к доктору медицинских наук <...>.... Кто из нас мысленно не восклицал: Эх, где бы раздобыть такое лекарство или иное средство, чтобы наверняка наступило исцеление?! Тем, кто согласен со мной, могу рекомендовать 100% натуральные комплексы: масло «Сибирское», бальзам «Егерь», эликсир «Медвед», «Гепар ПРО+», «Сустав», «Кардио», «Иммуно», «Грация», «Детокс», «Ивапирин», а также растирки для наружного применения: «Медвед», «Серебряный», «БиоГель». <...>, какой спектр применения этих комплексов? – В моей медицинской практике есть все очевидные результаты, как при простуде, так и в устранении самых сложных инсультных заболеваний, вторгающихся в жизни миллионов людей... Хороший результат достигается при язве желудка и двенадцатиперстной кишки, кишечных расстройствах ....» распространялась в газете «Источник новостей» № 22(378) от 31 мая 2014 на 20 странице, была адресована неопределенному кругу лиц (рекламу могли видеть читатели СМИ), направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (биологически активная добавка – масло «Сибирское») и его продвижению на рынке услуг, то есть соответствует требованиям статьи 3 Федерального закона «О рекламе» и является рекламой.

Согласно ч. 1 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускается.

Ненадлежащей признается реклама не соответствующая требованиям законодательства РФ (ст. 3 Федерального закона «О рекламе»).

В соответствии с п. 2 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» недобросовестной 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 [пунктом 29](#) постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

Анализ указанных положений закона позволяет сделать вывод о том, что реклама товаров (работ, услуг) не должна создавать у потребителей заблуждений относительно свойств, качеств, характеристик товара (работы, услуги), в том числе его потребительских свойств. Текст рекламы не должен содержать выражений, способных создать впечатление о свойствах товара, которыми он не обладает.

Рекламное объявление формирует интерес к товару или услуге и направлено на формирование у потребителей желания ими воспользоваться. Поэтому введение потребителей в заблуждение посредством распространения недостоверной рекламы способно привести к неправильному выбору потребителем товара (услуги) с необходимым ему набором потребительских свойств и в то же время привести к сокращению продаж однородных товаров (услуг) конкурентами.

Указание в рекламе фразы «100% гарантия результата» предполагает наличие такой характеристики рекламируемого товара, как эффективность его действия в каждом случае использования. В материалы дела не представлена информация, подтверждающая указанный в рекламе положительный эффект биологически активной добавки. Используя в рекламе фразу «100% гарантия результата» в отсутствие подтверждающих документов, рекламодатель вводит потребителей в заблуждение относительно потребительских свойств масла «Сибирского», вследствие чего комиссией Кировского УФАС России сделан вывод о том, что названная реклама является ненадлежащей и нарушающей пункт 2 части 3 статьи 25 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с п. 1, 2, 3 ч. 1 ст. 25 ФЗ «О рекламе» реклама биологически активных добавок и пищевых добавок не должна: создавать впечатление о том, что они являются лекарственными средствами и (или) обладают лечебными свойствами; содержать ссылки на конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния в результате применения таких добавок; содержать выражение благодарности физическими лицами в связи с применением таких добавок.

Пленум Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации в [пункте 23](#) постановления от 08.10.2012 № 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" разъяснил, что при применении [данной нормы](#) следует учитывать, что реклама биологически активных добавок (пищевых добавок) может быть признана создающей впечатление, что они являются лекарственными средствами, то есть обладают лечебным эффектом, тем более если в такой рекламе содержится название заболевания (или его симптоматика) и одновременное упоминание продукта как средства, оказывающего лечебно-профилактический эффект.

Анализ текста рекламы масла «Сибирское» показал, что приведенные запреты, установленные [пунктами 1, 2, 3 части 1 статьи 25](#) Закона о рекламе, нарушены, поскольку, во – первых, такая реклама создает впечатление, что объект рекламы обладает лечебными свойствами, положительно влияет на течение болезни. Однако в соответствии со [статьей 1](#) Федерального закона от 02.01.2000 №29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов» биологически активные добавки к пище относятся к пищевым продуктам, и соответственно, не применяются для лечения и профилактики каких-либо заболеваний, то есть БАДы не могут использоваться для лечения каких-либо заболеваний. При этом в рекламе упоминаются названия болезней и положительный эффект БАДа на их течение при его применении. Во – вторых, в статье приведены выдержки из писем физических лиц, утверждающих о целебных свойствах масла, то есть содержатся ссылки на конкретные случаи излечения. В - третьих, в «откликах читателей» указываются благодарности лиц в связи с применением масла «Сибирское», что также недопустимо в рекламе БАДов.

С учетом названных обстоятельств и положений пункта 2 части 3 статьи 5, пунктов 1, 2, 3 части 1 статьи 25 Федерального закона «О рекламе» комиссия Кировского УФАС России считает, что рассматриваемая реклама не отвечает требованиям данного закона.

В соответствии со ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных п. 1, 2, 3 ч. 1 ст. 25 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодаделец и рекламодатель, п.2 ч.3 ст.5 Федерального закона «О рекламе» - рекламодаделец. Рекламопроизводитель несет ответственность в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В рассматриваемой ситуации ООО «Карат», являясь в соответствии с пунктами 1.2, 5 Устава редакции средства массовой информации учредителем и редакцией (структурное подразделение учредителя) газеты «Источник новостей», то есть лицом, осуществляющим производство и выпуск средства массовой информации и несущим ответственность за выполнение требований, предъявляемых к деятельности СМИ, является рекламодателем по смыслу Федерального закона «О рекламе». То есть ООО «Карат», являясь рекламодателем спорной рекламы, несет ответственность за нарушение требований, установленных пунктами 1, 2, 3 части 1 статьи 25 Федерального закона «О рекламе».

Указанный факт нарушения законодательства РФ о рекламе в полном объеме подтверждается имеющимися материалами и решением по делу № 128/04-14-р.

Согласно ч. 1 ст. 4.5 Кодекса РФ об административных правонарушениях срок давности привлечения к административной ответственности за нарушение рекламного законодательства составляет один год со дня совершения административного правонарушения.

Срок давности привлечения лица к административной ответственности исчисляется с даты распространения вышеуказанной рекламы в газете «Источник новостей», №22 (378) - 31 мая 2014 года.

Ответственность за вышеуказанное нарушение законодательства РФ о рекламе предусмотрена ч. 5 ст. 14.3 КоАП РФ. В соответствии данной нормой 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 граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от десяти тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от двухсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Событием административного правонарушения, предусмотренного ч. 5 ст. 14.3 КоАП РФ является установленный факт нарушения законодательства РФ о рекламе в действиях ООО «Карат», выразившийся в распространении рекламы: «Медвежий жир да живица – прощай больница... Забудьте о болезнях – природа дарит Вам здоровье! Только 100% натуральные компоненты. Положительные результаты с первых дней применения. 100% гарантия результата... Как удалось воссоздать рецептуру масла «Сибирского», которое помогает при огромном количестве заболеваний? В поисках ответов на вопросы мы обратились к доктору медицинских наук <...>.... Кто из нас мысленно не восклицал: Эх, где бы раздобыть

такое лекарство или иное средство, чтобы наверняка наступило исцеление?! Тем, кто согласен со мной, могу рекомендовать 100% натуральные комплексы: масло «Сибирское», бальзам «Егерь», эликсир «Медвед», «Гепар ПРО+», «Сустав», «Кардио», «Иммуно», «Грация», «Детокс», «Ивапирин», а также растирки для наружного применения: «Медвед», «Серебряный», «БиоГель». <...>, какой спектр применения этих комплексов? – В моей медицинской практике есть все очевидные результаты, как при простуде, так и в устранении самых сложных инсультных заболеваний, вторгающихся в жизни миллионов людей...Хороший результат достигается при язве желудка и двенадцатиперстной кишки, кишечных расстройствах ...», размещенной в газете «Источник новостей» № 22(378) от 31 мая 2014 на 20 странице, создающей впечатление о том, что биологически активная добавка масло «Сибирское» является лекарственным средством и (или) обладает лечебными свойствами, содержащей ссылки на конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния в результате применения такой добавки и выражение благодарности физическими лицами в связи с применением такой добавки.

Объектом административного правонарушения, предусмотренного ч. 5 ст. 14.3 КоАП РФ, являются общественные отношения в области рекламы.

Объективной стороной административного правонарушения являются действия по распространению рекламы: «Медвежий жир да живица – прощай больница...Забудьте о болезнях – природа дарит Вам здоровье! Только 100% натуральные компоненты. Положительные результаты с первых дней применения. 100% гарантия результата...Как удалось воссоздать рецептуру масла «Сибирского», которое помогает при огромном количестве заболеваний? В поисках ответов на вопросы мы обратились к доктору медицинских наук <...>....Кто из нас мысленно не восклицал: Эх, где бы раздобыть такое лекарство или иное средство, чтобы наверняка наступило исцеление?! Тем, кто согласен со мной, могу рекомендовать 100% натуральные комплексы: масло «Сибирское», бальзам «Егерь», эликсир «Медвед», «Гепар ПРО+», «Сустав», «Кардио», «Иммуно», «Грация», «Детокс», «Ивапирин», а также растирки для наружного применения: «Медвед», «Серебряный», «БиоГель». <...>, какой спектр применения этих комплексов? – В моей медицинской практике есть все очевидные результаты, как при простуде, так и в устранении самых сложных инсультных заболеваний, вторгающихся в жизни миллионов людей...Хороший результат достигается при язве желудка и двенадцатиперстной кишки, кишечных расстройствах ...», размещенной в газете «Источник новостей» № 22(378) от 31 мая 2014 на 20 странице, создающей впечатление о том, что биологически активная добавка масло «Сибирское» является лекарственным средством и (или) обладает лечебными свойствами, содержащей ссылки на конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния в результате применения такой добавки и выражение благодарности физическими лицами в связи с применением такой добавки, что является нарушением пунктов 1, 2, 3 части 1 статьи 25 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

Согласно ст. 2.10 Кодекса РФ об административных правонарушениях юридические лица подлежат административной ответственности за совершение административных правонарушений в случаях, предусмотренных [статьями раздела II](#) настоящего Кодекса или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях.

Субъектом административного правонарушения является рекламодатель - юридическое лицо ООО «Карат».

Согласно ч.2 ст. 2.2 КоАП РФ административное правонарушение признается совершенным по неосторожности, если лицо, его совершившее, предвидело

возможность наступления вредных последствий своего действия (бездействия), но без достаточных к тому оснований самонадеянно рассчитывало на предотвращение таких последствий либо не предвидело возможности наступления таких последствий, хотя должно было и могло их предвидеть.

Субъективная сторона при совершении административного правонарушения характеризуется виной субъекта в форме неосторожности, поскольку ООО «Карат» не предвидело возможности наступления вредных последствий, хотя должно было и могло их предвидеть. Объективные обстоятельства, делающие невозможным исполнение установленных законодательством требований, при рассмотрении дела не установлены.

Таким образом, Кировское УФАС России считает, что рассматриваемое правонарушение было совершено ООО «Карат» по неосторожности.

Место совершения административного правонарушения – адрес местонахождения ООО «Карат» – редакции газеты «Источник новостей» - 610000, г. Киров, ул. <...>, посредством которой была распространена реклама «Медвежий жир да живица – прощай больница... Забудьте о болезнях – природа дарит Вам здоровье! Только 100% натуральные компоненты. Положительные результаты с первых дней применения. 100% гарантия результата... Хороший результат достигается при язве желудка и двенадцатиперстной кишки, кишечных расстройствах ....».

Время совершения административного правонарушения: дата распространения газеты «Источник новостей», № 22(378), содержащей рекламу «Медвежий жир да живица – прощай больница... Забудьте о болезнях – природа дарит Вам здоровье! Только 100% натуральные компоненты. Положительные результаты с первых дней применения. 100% гарантия результата... Хороший результат достигается при язве желудка и двенадцатиперстной кишки, кишечных расстройствах ....» - 31 мая 2014 года.

В ходе рассмотрения дела были исследованы все обстоятельства совершенного нарушения законодательства РФ о рекламе. Факты, изложенные в протоколе №35р-15/121-04 от 20.04.2015 об административном правонарушении, подтверждаются в полном объеме материалами дела № 128/04-14-р.

О дате, месте и времени рассмотрения протокола ООО «Карат» уведомлено надлежащим образом, ходатайств об отложении не заявляло.

Протокол составлен в отсутствие генерального директора ООО «Карат» <...>

При рассмотрении протокола присутствовал представитель ООО «Карат» по доверенности от 03.02.2015 <...>, который просил учесть обстоятельства добровольного устранения нарушения.

В соответствии со ст. 2.1 КоАП РФ 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.

Таким образом, совершенные ООО «Карат» действия по распространению

рекламы: «Медвежий жир да живица – прощай больница... Забудьте о болезнях – природа дарит Вам здоровье! Только 100% натуральные компоненты. Положительные результаты с первых дней применения. 100% гарантия результата... Хороший результат достигается при язве желудка и двенадцатиперстной кишки, кишечных расстройствах ...», размещенной в газете «Источник новостей» № 22(378) от 31 мая 2014 на 20 странице, создающей впечатление о том, что биологически активная добавка масло «Сибирское» является лекарственным средством и (или) обладает лечебными свойствами, содержащей ссылки на конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния в результате применения такой добавки и выражение благодарности физическими лицами в связи с применением такой добавки, содержат состав административного правонарушения, предусмотренного ч. 5 ст. 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

В рассматриваемом случае состав административного правонарушения является формальным, следовательно, правонарушение является общественно-опасным с момента его совершения, независимо от наступления каких-либо последствий. При этом сама общественная опасность выражается в пренебрежительном отношении к исполнению публично-правовых обязанностей и соблюдению требований действующего рекламного законодательства.

В данном случае на основании статьи 2.9 Кодекса об административных правонарушениях Российской Федерации при малозначительности совершенного административного правонарушения судья, орган, должностное лицо, уполномоченные решить дело об административном правонарушении, могут освободить лицо, совершившее административное правонарушение, от административной ответственности и ограничиться устным замечанием.

Малозначительность устанавливается применительно к обстоятельствам конкретного совершенного лицом деяния.

Решая вопрос о виде и размере административного наказания, руководителем Кировского УФАС России учтен характер совершенного правонарушения, его длительность, форму вины лица, привлеченного к административной ответственности, отягчающие и смягчающие административную ответственность обстоятельства.

В соответствии со ст. 4.2 КоАП РФ в качестве смягчающих обстоятельств установлено добровольное прекращение противоправного поведения, оказание лицом содействия органу, уполномоченному осуществлять производство по делу об административном правонарушении, в установлении обстоятельств, подлежащих установлению по делу об административном правонарушении, совершение административного правонарушения впервые.

В соответствии со ст. 4.3 КоАП РФ отягчающих вину обстоятельств не установлено.

Руководствуясь статьями 3, 25 ФЗ «О рекламе», статьями 2.9, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

**ПОСТАНОВИЛ:**

1. Производство по делу об административном правонарушении в отношении ООО «Карат» прекратить.

2. Объявить ООО «Карат» устное замечание.

**Руководитель управления**

**<...>**