

## Постановление

### о наложении штрафа по делу № 012/04/14.3-1162/2021 об административном правонарушении

«20» января 2022 года  
Йошкар-Ола

Г.

Я, заместитель руководителя – начальник отдела Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл <...>, рассмотрев протокол от «14» декабря 2021 года и материалы дела № 012/04/14.3-1162/2021 об административном правонарушении, возбужденного в отношении ИП М. (<...>) пунктов 4, 6 части 5 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), выразившегося в распространении рекламы препаратов в рекламной листовке «Секреты здоровья» с информацией о проведении выставок –продаж на территории Республики Марий Эл 04-11 августа 2021 года, распространенную в почтовые ящики многоквартирных жилых домов г.Йошкар-Олы (решение Комиссии Марийского УФАС России о признании рекламы ненадлежащей от 16.11.2021 по делу №012/05/05-853/2020), в отсутствие ИП М.,

#### Установил:

Специалистами Марийского УФАС России был проведен мониторинг рекламы, размещаемой в почтовых ящиках многоквартирных жилых домов Республики Марий Эл, в ходе которого установлен факт распространения на территории г.Йошкар-Олы Республики Марий Эл в почтовые ящики многоквартирных жилых домов рекламы препаратов в рекламной листовке «Секреты здоровья» с информацией о проведении выставок –продаж на территории Республики Марий Эл 04-11 ноября 2020 года.

Решением от 16.11.2021 по делу №012/05/05-853/2020 реклама в листовке «Секреты здоровья» с информацией о проведении выставок –продаж на территории Республики Марий Эл 04-11 ноября 2020 года признана ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пунктов 4, 6 части 5 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

Протокол составлен по правилам статьи 28.2 КоАП РФ в отсутствие ИП М. надлежащим образом извещенного о дате, времени и месте составления протокола (в адрес ИП М. 16.11.2021 направлено уведомление о составлении протокола исх. №03-07/897, кроме того, в адрес индивидуального предпринимателя направлена телеграмма с указанием даты, времени, места составления протокола.

Протокол об административном правонарушении № 012/04/14.3-1162/2021 от 16 декабря 2021 года составлен главным специалистом-экспертом отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов Марийского УФАС России <...>.

Протокол составлен по правилам статьи 28.2 КоАП РФ в отсутствие ИП М., либо его представителя. Копия протокола направлена по адресу регистрации лица, привлекаемого к административной ответственности.

Определением от 29.12.2021 рассмотрение дела отложено и назначено на 20.01.2022. Определение об отложении рассмотрения дела (исх.№03-07/1002 от 29.12.2021 направлено в адрес ИП М., кроме того, в адрес ИП М. направлена телеграмма с указанием даты, времени, места рассмотрения дела.

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе 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. Объектом рекламирования является товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятия, на привлечение к которым направлена реклама. Товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена (письмо ФАС России от 05.04.2007 № АЦ/4624).

Независимо от формы или используемого средства распространения реклама должна быть распознаваема без специальных знаний или без применения технических средств непосредственно в момент ее

представления именно как реклама.

Таким образом, признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, формировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя.

Проанализировав содержание спорной информации, способы её размещения и распространения, Марийское УФАС России пришло к выводу, что указанная информация по своему содержанию и целевой направленности является рекламой, так как адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования, формирование или поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке.

Из содержания текста рекламной информации следует, что объектом рекламирования являются товары (различные средства и препараты), в том числе следующие препараты: «Katana Man», «Аденовит», «Трилор», «Диабеткор», «Копролак», «Фемилонг», «Пептодроп», «Неозор», «Инвазикор», «Гермунал», «Леникор», «Мозготензин» в рекламной листовке «Секреты здоровья» и иные.

В соответствии с пунктом 4 части 5 статьи 5 Закона в рекламе не допускается использование образов медицинских и фармацевтических работников, за исключением такого использования в рекламе медицинских услуг, средств личной гигиены, в рекламе, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники, в рекламе, распространяемой в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, в рекламе, размещенной в печатных изданиях, предназначенных для медицинских и фармацевтических работников.

В силу пункта 6 части 5 статьи 5 Закона в рекламе не допускается 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 лечения, изделий медицинского назначения и медицинской техники.

Указанные в рекламе препараты не являются лекарственными средствами.

Текст рекламной информации изложен таким образом, что у потребителя создается впечатление об излечении от многих заболеваний. При этом, указание на виды (группы) заболеваний, от которых можно избавиться

при применении указанных препаратов усиливает эффект того, что данные средства обладают лечебными свойствами. Усиливает данный эффект и приведение информации о длительности применения данных препаратов курсом, указание на мнение и отзывы врачей и пациентов.

Поскольку рассматриваемые средства (препараты) не являются лекарственными средствами, в рекламе неправомерно указано на лечебные свойства данных препаратов, в том числе профилактические, поскольку данные средства не могут использоваться для лечения каких – либо заболеваний. Кроме того, в рекламе неправомерно приведены отзывы и высказывания врачей, используются образы медицинских работников.

В соответствии с частями 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе рекламодаделец и рекламодатель несут ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 6 части 5 статьи 5 Закона о рекламе. Также рекламодаделец несет ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 4 части 5 статьи 5 Закона о рекламе.

Пунктами 5, 6, 7 статьи 3 Закона о рекламе предусмотрены понятия рекламопроизводителя, рекламопроизводителя и рекламодателя. Рекламодаделец – это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо. Рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Выставки продажи во Дворце культуры им. В.И. Ленина проведены ИП М. (договор возмездного оказания услуг от 12.01.2021, заключенный между ИП М. и МАУК «Дворец культуры им. В.И. Ленина»).

Следовательно, рассматриваемая реклама распространялась в интересах ИП М.

Следовательно, ИП М. являются рекламопроизводителем и рекламодателем рассматриваемой рекламы.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ нарушение законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей.

В силу части 1 статьи 1.5 КоАП РФ лицо подлежит административной

ответственности только за те административные правонарушения, в отношении которых установлена его вина.

В соответствии с частью 1 статьи 2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Одним из обстоятельств, подлежащих выяснению по делу об административном правонарушении, является виновность лица в совершении административного правонарушения (статья 26.1 КоАП РФ).

Антимонопольным органом установлено, что ИП М. при должной внимательности и осмотрительности при размещении рекламы мог предвидеть последствия - возможность нарушения законодательства о рекламе, имел возможность выполнить возложенную на него обязанность, и предотвратить совершение административного правонарушения, но не предпринял всех зависящих от него мер по соблюдению действующего законодательства о рекламе.

Антимонопольный орган на основе собранных по делу доказательств приходит к выводу, что вина ИП М. в нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе установлена.

*Место совершения административного правонарушения: Республика Марий Эл, город Йошкар-Ола.*

*Время совершения административного правонарушения: октябрь – ноябрь 2020 года - период фиксации размещения рекламы в г.Йошкар-Ола.*

**Состав административного правонарушения**, совершенного ИП М. и предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, образуют:

- объект административного правонарушения - установленный порядок производства, размещения и распространения рекламы;
- объективная сторона — действия ИП М., направленные на доведение рекламы до потребителей с нарушением пунктов 4, 6 части 5 статьи 5 Закона о рекламе;
- субъект правонарушения – ИП М.,
- субъективная сторона - виновное совершение административного

правонарушения, так как у ИП М. имелась возможность соблюдения законодательства о рекламе, но им не были приняты все зависящие от него меры по его соблюдению.

Следовательно, установлено, что имело место событие административного правонарушения и факт его совершения ИП М., имелись основания для составления протокола об административном правонарушении, юридические признаки (противоправность, виновность, наказуемость) и все элементы состава административного правонарушения, предусмотренные нормой права (объект, объективная сторона, субъект, субъективная сторона).

Дополнительно должностным лицом Марийского УФАС России исследован вопрос о признании правонарушения малозначительным.

Согласно статье 2.9 КоАП РФ 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.

Малозначительным административным правонарушением является действие или бездействие, хотя формально и содержащее признаки состава административного правонарушения, но с учетом характера совершенного правонарушения и роли правонарушителя, размера вреда и тяжести наступивших последствий, не представляющее существенного нарушения охраняемых общественных правоотношений.

Как разъяснил Высший Арбитражный Суд Российской Федерации в пункте 18 постановления Пленума от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях», при квалификации правонарушения в качестве малозначительного судам необходимо исходить из оценки конкретных обстоятельств его совершения. Малозначительность правонарушения имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям.

Кроме того, квалификация правонарушения как малозначительного может иметь место только в исключительных случаях и производится с учетом положений пункта 18 указанного постановления применительно к обстоятельствам конкретного совершенного лицом деяния.

По смыслу статьи 2.9 КоАП РФ оценка малозначительности деяния должна соотноситься с характером и степенью общественной опасности, причинением вреда либо угрозой причинения вреда

личности, обществу или государству. Таким образом, административные органы обязаны установить не только формальное сходство содеянного с признаками того или иного административного правонарушения, но и решить вопрос о социальной опасности деяния.

Совершенное ИП М. правонарушение посягает на установленные нормативными правовыми актами гарантии на защиту потребителей от ненадлежащей рекламы, поскольку требования законодательства о рекламе, а также установление в части 1 статьи 14.3 КоАП РФ административной ответственности за их нарушение направлены на охрану прав потребителей от ненадлежащей рекламы, поскольку потребители признаются слабой стороной данных отношений, не обладающей специальными познаниями.

Таким образом, оценив характер и конкретные обстоятельства совершенного правонарушения, роль правонарушителя, должностное лицо Марийского УФАС России пришло к выводу о том, что совершенное ИП М. правонарушение несет существенную угрозу охраняемым общественным отношениям, в связи с чем, отсутствуют основания для признания его малозначительным.

Обстоятельств, исключающих производство по делу об административном правонарушении (ст. 24.5 КоАП РФ), не установлено.

Обстоятельством, отягчающим административную ответственность, является привлечение ИП М. ранее к административной ответственности за распространение ненадлежащей рекламы (постановление о привлечении к административной ответственности от 17.05.2021 по делу № 012/04/14.3-263/2021, назначено наказание в виде предупреждения, постановление вступило в законную силу 30.06.2021).

Таким образом, должностное лицо Марийского УФАС России, считает необходимым назначить ИП М. административное наказание в виде штрафа в размере 4 000 рублей.

Руководствуясь ст. 2.1, 2.2, 2.9, 2.10, 4.1, 4.2, 4.3, ч. 1 ст. 14.3, 23.48, ч. 1 ст. 29.9, 29.10 КоАП РФ,

#### **Постановил:**

Привлечь ИП М. (<...>) к административной ответственности по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ и назначить наказание в виде штрафа в размере **4 000 (четыре тысяч) рублей.**

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.

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

Реквизиты счетов для перечисления штрафа:

<...>

Согласно части 5 статьи 32.2 КоАП РФ при отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, по истечении шестидесяти дней со срока, указанного в части 1 данной статьи должностное лицо, вынесшее постановление, направляют соответствующие материалы судебному приставу-исполнителю для взыскания суммы административного штрафа в порядке, предусмотренном федеральным законодательством. Кроме того, должностное лицо федерального органа исполнительной власти, его учреждения, структурного подразделения или территориального органа, а также иного государственного органа, уполномоченного осуществлять производство по делам об административных правонарушениях, составляет протокол об административном правонарушении, предусмотренный частью 1 статьи 20.25 настоящего Кодекса, в отношении лица, не уплатившего административный штраф.

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП РФ неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного штрафа.

В соответствии с частью 1, 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу либо в суд по месту рассмотрения дела в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 1 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.

**Приложение: копия квитанции.**

**Заместитель руководителя –**

**начальник отдела**