

ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 76р-17/17-04-17р

о наложении штрафа по делу об административном правонарушении

«09» августа 2017 года

г.

Киров

Заместитель руководителя – начальник отдела контроля закупок Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области <...>, рассмотрев протокол № 76р-17/17-04-17р от 13.06.2017, составленный <...>. – главным специалистом-экспертом отдела финансовых рынков и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области и материалы административного дела в отношении физического лица – <...> (<...>., место рождения: <...>; паспорт серия <...>) по нарушению п. 6 ч. 5 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»),

УСТАНОВИЛ:

Решением Комиссии Кировского УФАС России по делу № 17/04-17р (резольютивная часть решения оглашена 06 апреля 2017 года; в полном объеме решение изготовлено 14 апреля 2017 года) признана ненадлежащей реклама: «<...>спа салон. <...> Теперь в Кирове. Спа-салон «<...>» эксклюзивно представляет в Кирове совершенно уникальную методику – кинезиотейпирование. Она позволяет моментально: избавиться от любых видов мышечных и суставных болей, стабилизировать суставы, сформировать поддержку мышц и связок, локально улучшить микроциркуляцию крови, защититься от травм, зафиксировать осанку. Что такое кинезиотейп? Эластичная лента на клеевой основе, растягивается до 180% и возвращается к исходному состоянию с постоянным напряжением. Наклеенный на кожу, купирует боль. Необходим тем, кто: испытывает боль в мышцах и связках, много сидит на работе или учебе, активно занимается спортом. «<...>» не только оказывает услуги по наложению тейпов, но и осуществляет их продажу по официальной цене в России – 890 рублей <...>», размещенная в рекламно-информационном журнале «<...>» № 11 (96) ноябрь 2016 на странице 77, поскольку в рекламе присутствует указание на лечебные свойства изделия, не являющегося медицинским, что нарушает требования п. 6 ч. 5 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Решением установлено, что физическое лицо – <...>., являясь лицом определившим содержание рекламы, является рекламодателем по смыслу Федерального закона «О рекламе» и несет ответственность за нарушение

требований, установленных п. 6 ч. 5 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Нарушение заключается в следующем.

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства о рекламе в соответствии со статьей 33 Федерального закона «О рекламе», Кировским УФАС России было установлено, что в рекламно-информационном журнале «<...>» № 11 (96) ноябрь 2016 распространяется реклама Спа салона «<...>» на странице 77 следующего содержания: «<...>спа салон. <...>Теперь в Кирове. Спа-салон «<...>» эксклюзивно представляет в Кирове совершенно уникальную методику – кинезиотейпирование. <...>».

Согласно ст. 3 Федерального 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. 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, размещенная в рекламно-информационном журнале «<...>» № 11 (96) ноябрь 2016 на странице 77 следующего содержания: «<...>спа салон. <...>Теперь в Кирове. Спа-салон «<...>» эксклюзивно представляет в Кирове совершенно уникальную методику – кинезиотейпирование. <...>», адресована неопределенному кругу лиц, доступна без ограничения для всех категорий населения, направлена на привлечение внимания покупателей к объекту рекламирования (кинезиотейпы «<...>»), способствует формированию интереса к рекламируемым товарам, услугам (реализация кинезиотейпов в Кирове в спа салоне «<...>») и их продвижению на рынке, и по своему содержанию является рекламой.

Согласно п. 6. ч. 5 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» 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 профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий.

Согласно п. 1 ст. 38 Федерального закона от 21.11.2011 № 323 «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» медицинскими изделиями являются любые инструменты, аппараты, приборы, оборудование, материалы и прочие изделия, применяемые в медицинских целях отдельно или в сочетании между собой, а также вместе с другими принадлежностями, необходимыми для применения указанных изделий по назначению, включая специальное программное обеспечение, и предназначенные производителем для профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации

заболеваний, мониторинга состояния организма человека, проведения медицинских исследований, восстановления, замещения, изменения анатомической структуры или физиологических функций организма, предотвращения или прерывания беременности, функциональное назначение которых не реализуется путем фармакологического, иммунологического, генетического или метаболического воздействия на организм человека.

В соответствии с ответом Министерства здравоохранения Кировской области (исх. № 5408-41-01-03 от 08.12.2016 г.) на запрос Кировского УФАС от 29.11.2016 г. (исх. № 5312/04) фраза, указанная в рекламном модуле: «позволяет моментально: избавиться от любых видов мышечных и суставных болей» указывает на лечебные свойства и положительное влияние рекламируемого изделия на течение заболевания (состояния). По мнению министерства, кинезио тейпы (кинезиотейпы) могут являться медицинскими изделиями, так как заявляемые производителем цели их применения направлены на устранение или облегчение проявлений заболевания (состояния), восстановление здоровья и трудоспособности человека, что соответствует понятию «лечение», сформулированному в ст. 2 Федерального закона от 21.11.2011 г. № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации».

Медицинские изделия с аналогичным кинезиотейпам назначением зарегистрированы Федеральной службой по надзору в сфере здравоохранения. Например, регистрационное удостоверение № ФСЗ 2011/11252 от 12.12.2011 г. выдано на лейкопластырь медицинский фиксирующий производства SFM Hospital Products GmbH.

Однако кинезиотейпы «<...>» как медицинское изделие не зарегистрировано, понятие «кинезиотейпирование» в законодательстве Российской Федерации отсутствует. Данная информация, подтверждается копией сертификата соответствия № РОСС RU.ME04.H00839, представленной в материалы дела <...> в котором продукция характеризуется как изделие защитное для занятия спортом с маркировкой <...>: эластичные бинты, экипировка.

Кировское УФАС России пришло к выводу, что содержание рекламы сформулировано таким образом, что складывается впечатление о лечебных свойствах предлагаемого к продаже товара, не являющимся медицинским изделием, а именно фраза: «позволяет моментально: избавиться от любых видов мышечных и суставных болей». В том числе, в рекламной информации указано «Необходим тем, кто: испытывает боль в мышцах и связках, много сидит на работе или учебе, активно занимается спортом», то есть без указания, что данные товары преимущественно предназначены здоровым людям для занятия спортом и являются предметом спортивной экипировки.

С учетом вышеизложенного, реклама, размещенная в рекламном-информационном журнале «<...>» № 11 (96) ноябрь 2016 на странице 77 следующего содержания: «<...>спа салон. <...>Теперь в Кирове. Спа-салон «<...>» эксклюзивно представляет в Кирове совершенно уникальную методику – кинезиотейпирование. Она позволяет моментально: избавиться от любых видов мышечных и суставных болей, стабилизировать суставы, сформировать поддержку мышц и связок, локально улучшить микроциркуляцию крови, защититься от травм, зафиксировать осанку. Что такое кинезиотейп?

Эластичная лента на клеевой основе, растягивается до 180% и возвращается к исходному состоянию с постоянным напряжением. Наклеенный на кожу, купирует боль. Необходим тем, кто: испытывает боль в мышцах и связках, много сидит на работе или учебе, активно занимается спортом. «<...>» не только оказывает услуги по наложению тейпов, но и осуществляет их продажу по официальной цене в России – <...>рублей <...>» нарушает требования п. 6 ч. 5 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» вследствие наличия в рекламе указания на лечебные свойства изделия, не являющегося медицинским.

В соответствии со ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных п. 6 ч. 5 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» несут рекламодаделец и рекламодатель.

Из документов, представленных в материалы дела, а именно: договора № 507 от 01.11.2016 г., заключенного между физическим лицом – <...> (заказчик) и ИП <...> (исполнитель, журнал «<...>»), акта № 1644 от 18.11.2016 г., приходного кассового ордера № 650 от 03.11.2016 г., а также письменных пояснений <...>. (вх. № 1958 от 23.03.2017 г.) следует, что заказчиком и рекламодателем является <...>., определившая объект рекламирования и осуществившая заказ рекламы.

Таким образом, действия <...>., выразившиеся в определении содержания спорной рекламы с указанием на лечебные свойства рекламируемого товара, не являющегося медицинским изделием, не соответствуют требованиям п. 6 ч. 5 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Кировское УФАС России считает, что нарушение рекламного законодательства произошло по вине физического лица – <...>.

Указанный факт нарушения законодательства РФ о рекламе в полном объеме подтверждается имеющимися материалами и решением по делу № 17/04-17р.

Ответственность за вышеуказанное нарушение законодательства РФ о рекламе предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ. В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе 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.

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 размещения рекламы – 01.11.2016.

О дате, месте и времени рассмотрения протокола <...> уведомлена надлежащим образом (почтовое уведомление получено 10.07.2017).

<...> явку на рассмотрение протокола не обеспечила, представителя не

направила, ходатайств не заявляла. Протокол рассмотрен в отсутствие <...>.

В ходе рассмотрения дела были исследованы все обстоятельства совершенного нарушения рекламного законодательства. Факты, изложенные в протоколе № 76р-17/17-04-17р об административном правонарушении от 13.06.2017, подтверждаются в полном объеме материалами дела № 17/04-17р.

В соответствии со ст. 2.1 Кодекса РФ 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.

Место и время совершения правонарушения: место размещения рекламы следующего содержания: «<...>спа салон. <...>Теперь в Кирове. Спа-салон «<...>» эксклюзивно представляет в Кирове совершенно уникальную методику – кинезиотейпирование. Она позволяет моментально: избавиться от любых видов мышечных и суставных болей, стабилизировать суставы, сформировать поддержку мышц и связок, локально улучшить микроциркуляцию крови, защититься от травм, зафиксировать осанку. Что такое кинезиотейп? Эластичная лента на клеевой основе, растягивается до 180% и возвращается к исходному состоянию с постоянным напряжением. Наклеенный на кожу, купирует боль. Необходим тем, кто: испытывает боль в мышцах и связках, много сидит на работе или учебе, активно занимается спортом. «<...>» не только оказывает услуги по наложению тейпов, но и осуществляет их продажу по официальной цене в России – <...>рублей <...>», журнал «<...>» № 11 (96) на странице 77, город Киров, время: дата выпуска журнала: ноябрь 2016.

Объектом административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях, являются общественные отношения в области рекламы.

Объективная сторона административного правонарушения - действия физического лица <...>. по определению содержания рекламы: «<...>спа салон. <...>Теперь в Кирове. Спа-салон «<...>» эксклюзивно представляет в Кирове совершенно уникальную методику – кинезиотейпирование. Она позволяет моментально: избавиться от любых видов мышечных и суставных болей, стабилизировать суставы, сформировать поддержку мышц и связок, локально улучшить микроциркуляцию крови, защититься от травм, зафиксировать осанку. Что такое кинезиотейп? Эластичная лента на клеевой основе, растягивается до 180% и возвращается к исходному состоянию с постоянным напряжением. Наклеенный на кожу, купирует боль. Необходим тем, кто: испытывает боль в мышцах и связках, много сидит на работе или учебе, активно занимается спортом. «<...>» не только оказывает услуги по наложению тейпов, но и осуществляет их продажу по официальной цене в России – <...>рублей <...>», что привело к нарушению требований п. 6 ч. 5 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно ч. 1 ст. 2.3 КоАП РФ административной ответственности подлежит лицо, достигшее к моменту совершения административного правонарушения возраста шестнадцати лет.

<...>являясь рекламодателем, определила содержание спорной рекламы и соответственно является субъектом административного правонарушения.

Поэтому, именно <...>. должна была предотвратить нарушение рекламного законодательства, однако его допустила.

В силу части 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 административного правонарушения характеризуется виной субъекта в форме неосторожности, поскольку <...>. не предвидела возможности наступления вредных последствий, хотя должна была и могла их предвидеть. Объективные обстоятельства, делающие невозможным исполнение установленных законодательством требований, при рассмотрении дела не установлены.

Таким образом, рассматриваемое правонарушение совершено по вине <...>. по неосторожности.

Совершенные физическим лицом <...>действия по определению содержания спорной рекламы, размещенной в журнале «<...>» № 11 (96) на странице 77, в нарушение п. 6 ч. 5 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», содержат состав административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

Состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, является формальным и существенная угроза охраняемым общественным отношениям заключается не в наступлении каких-либо материальных последствий правонарушения, а в пренебрежительном отношении виновного лица к исполнению своих публично-правовых обязанностей, предусмотренных законом о рекламе, что посягает на установленный порядок в области распространения рекламы.

Согласно Постановлению Пленума от 02.06.2004 № 10 "О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях" малозначительность правонарушения имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям.

В данном случае несоответствие рекламы требованиям законодательства о рекламе нарушает права и законные интересы потребителей на получение достоверной информации о рекламируемом товаре, что представляет собой существенную угрозу охраняемым правом общественным интересам, а также жизни и здоровью потребителей рекламы.

С учетом конкретных обстоятельств дела, учитывая характер и степень общественной опасности совершенного правонарушения, которое выразилось в пренебрежительном отношении к исполнению публично – правовых обязанностей в сфере рекламного законодательства, основания

для освобождения <...>. от административной ответственности ввиду малозначительности в соответствии со ст. 2.9 КоАП РФ не имеется.

В соответствии со ст. 4.2 КоАП РФ из смягчающих обстоятельств установлено совершение административного правонарушения впервые. В соответствии со ст. 4.3 КоАП РФ отягчающих вину обстоятельств не установлено.

Оснований для прекращения производства по делу не имеется.

С учетом изложенного, исходя из характера совершенного физическим лицом <...> правонарушения и соразмерности его тяжести, наложение административного штрафа осуществляется в минимальном размере санкции, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

Руководствуясь ст. 3, ст. 25, ст. 33, ст. 38 Федерального закона «О рекламе», статьями 2.1, 2.2, 2.4, 14.5, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать физического лица – <...> (<...>) виновной в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.
2. Применить к физическому лицу – <...> (<...>) меру ответственности в виде административного штрафа за ненадлежащую рекламу в размере 2 000 (две тысячи) рублей.

Суммы штрафов, уплаченных за нарушения законодательства о рекламе,

зачисляются в соответствующие бюджеты в следующем соотношении:

40 процентов – в федеральный бюджет;

60 процентов – в бюджет субъекта Российской Федерации.

Получатель: ИНН 4347021540

КПП 434501001 УФК по Кировской области

(Кировское УФАС России) л/с 04401233690

Банк получателя	Отделение Киров
	№ 40101810900000010001

Расчетный счет:	БИК 043304001 КБК 161 1 16 26000 01 6000 140
Плательщик: <...>	
161 1 16 26000 01 6000 140	
Штраф за нарушение законодательства о рекламе	
ОКТМО 33701000	
К оплате: 2 000 (две тысячи) рублей	
УИН 0319805920081000000897047	

Согласно части 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных [статьей 31.5](#) Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В трехдневный срок со дня уплаты штрафа ... надлежит представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области копии платежных документов. В соответствии с ч. 1 ст. 20.25 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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 частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 31.1 Кодекса РФ об административных правонарушениях 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.

Заместитель руководителя управления –

начальник отдела контроля закупок

И<...>

<...>