

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о вынесении предупреждения по делу № 09р-17/68-04-16р

об административном правонарушении

«02» февраля 2017 г.

г. Киров

Руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области <...>, рассмотрев протокол № 09р-17/68-04-16р от 02.02.2017 г., составленный <...>, начальником отдела финансовых рынков и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области в отношении должностного лица - заместителя директора ООО «Медина» по коммерческим вопросам – <...> по коммерческим вопросам; <...>, в связи с нарушением ч. 7 ст. 24 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – Федеральный закон «О рекламе»),

### УСТАНОВИЛ:

Решением Кировского УФАС России по делу № 68/04-2016р от 09 ноября 2016 года (в полном объеме решение изготовлено 16 ноября 2016 года) в действиях ООО «Медина» был установлен факт нарушения ч. 7 ст. 24 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – Федеральный закон «О рекламе»), выразившийся в определении содержания рекламы медицинских услуг: «*Стоматолог и Я. Центр семейной стоматологии. Ваша скидка 61%. 1950р. <...>. Чистка AIR FLOW. Запись по телефонам <...>*» и её распространении, в которой отсутствует предупреждение о наличии противопоказаний к применению и использованию медицинских услуг (гигиена полости рта) необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

Нарушение заключается в следующем.

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства РФ о рекламе, в соответствии со статьей 33 Федерального закона «О рекламе», Кировским УФАС России было установлено, что на фасаде здания по адресу: <...>, размещена информация следующего содержания: «*Стоматолог и Я. Центр семейной стоматологии. Ваша скидка 61%. 1950р. <...>. Чистка AIR FLOW. Запись по телефонам <...>*», которая содержит признаки нарушения Федерального закона «О рекламе».

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 следующего содержания: «Стоматолог и Я. Центр семейной стоматологии. Ваша скидка 61%. 1950р. <...>. Чистка AIR FLOW. Запись по телефонам <...>», размещенная на фасаде здания по адресу: <...>, адресована неопределенному кругу лиц, в том числе пешеходам, пассажирам и водителям транспортных средств, поскольку размещена рядом с тротуаром, вблизи автомобильной дороги, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (ООО «Медина» и предоставляемым услугам (гигиена полости рта), формирование или поддержание интереса к нему и его продвижению на рынке, соответствует требованиям статьи 3 Федерального закона «О рекламе» и является рекламой.

Согласно части 7 статьи 24 Федерального 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 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» распространяются на рекламу лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий. Соответственно для квалификации нарушения по указанной статье Федерального закона необходимо установить, что объектом рекламирования является медицинская услуга.

Услуги по чистке зубов и полости рта включены в перечень услуг, относящихся к медицинским, утвержденный приказом Минздравсоцразвития РФ от 27.12.2011 № 1664н «Об утверждении номенклатуры медицинских услуг»:

-код услуги: А14.07.003, наименование медицинской услуги: гигиена полости рта и зубов;

Таким образом, чистка зубов и полости рта является медицинской услугой, следовательно, реклама должна сопровождаться предупреждением, установленным ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».

Спорная рекламная информация не содержит предупреждение о наличии

противопоказаний к применению и использованию медицинских услуг, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, следовательно, она размещена с нарушением части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

С учетом названных обстоятельств и положений части ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе», следует признать, что рассматриваемая реклама не отвечает требованиям данного закона.

Согласно ч. 6 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе» 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).

Согласно устным и письменным пояснениям ООО «Медина» от 08.11.16 г., представленным в материалы дела, копии договора аренды нежилого помещения от 06.10.14, лицензии №ЛО-43-01-001889 от 18.02.2015г. на осуществление медицинской деятельности, копии счета №1071 от 06.06.16 на оплату услуг по изготовлению и монтажу баннера «Чистка» со спорной рекламной информацией, ООО «Медина» осуществляет хозяйственную деятельность, в том числе оказывает услуги по гигиене полости рта, по адресу <...>, следовательно, рекламодателем и рекламораспространителем спорной рекламной информации является ООО «Медина», как лицо, являющееся продавцом и имеющее интерес к рекламированию товара, а также обладающее полномочиями по распространению рекламы в качестве арендатора помещения.

Указанный факт нарушения законодательства РФ о рекламе в полном объеме подтверждается имеющимися материалами и решением по делу № 68/04-16р.

Согласно ч. 1 ст. 4.5 Кодекса РФ об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ) 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 14.10.2016 г. (дата фиксации спорной рекламы).

Ответственность за вышеуказанное нарушение законодательства РФ о рекламе предусмотрена ч. 5 ст. 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях (далее КоАП РФ): 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 должностного лица ООО «Медина» - заместителя директора ООО

«Медина» по коммерческим вопросам - <...>, выразившийся в определении содержания и распространении рекламы медицинских услуг: «Стоматолог и Я. Центр семейной стоматологии. Ваша скидка 61%. 1950р. <...>. Чистка AIR FLOW. Запись по телефонам <...>» размещенной на фасаде здания по адресу: <...>, в которой отсутствует предупреждение о наличии противопоказаний к применению и использованию медицинских услуг (гигиена полости рта), необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, в нарушение ч.7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».

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

Объективной стороной административного правонарушения являются действия должностного лица заместителя директора ООО «Медина» по коммерческим вопросам - <...> по определению содержания и распространению рекламы медицинских услуг: «Стоматолог и Я. Центр семейной стоматологии. Ваша скидка 61%. 1950р. <...>. Чистка AIR FLOW. Запись по телефонам <...>», размещенной на фасаде здания по адресу: <...>, в которой отсутствует предупреждение о наличии противопоказаний к применению и использованию медицинских услуг (гигиена полости рта), необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, в нарушение ч.7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».

Согласно ст. 2.4 Кодекса РФ об административных правонарушениях должностное лицо подлежит административной ответственности в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

Субъектом административного правонарушения является рекламодаделец и рекламодателем – должностное лицо - заместитель директора ООО «Медина» по коммерческим вопросам - <...>.

Согласно приказа ООО «Медина» №6 от 01.04.2016г., <...>. является заместителем директора по коммерческим вопросам. Согласно должностной инструкции заместителя директора по коммерческим вопросам, в должностные обязанности <...>. входит организация рекламы оказываемых медицинских услуг, руководство, планирование, координация работ по проведению рекламных компаний ООО «Медина», которое, являясь рекламодателем, определило содержание спорной рекламы медицинских услуг и распространило её. 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 должностного лица – заместителя директора ООО «Медина» по коммерческим вопросам - <...> в форме неосторожности.

Место совершения административного правонарушения: адрес месторасположения рекламы «*Стоматолог и Я. Центр семейной стоматологии. Ваша скидка 61%. 1950р. <...>. Чистка AIR FLOW. Запись по телефонам <...>*» размещенной на фасаде здания по адресу: <...>.

Время совершения административного правонарушения: дата распространения рекламы «*Стоматолог и Я. Центр семейной стоматологии. Ваша скидка 61%. 1950р. <...>. Чистка AIR FLOW. Запись по телефонам <...>*» - 14.10.2016 г (акт фиксации рекламы).

В ходе рассмотрения дела были исследованы все обстоятельства совершенного нарушения законодательства РФ о рекламе. Факты, изложенные в протоколе № 09р-17/68-04-16р от 02.02.2017 г. об административном правонарушении, подтверждаются в полном объеме материалами дела № 68/04-16р.

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 должностным лицом ООО «Медина» <...> действия по определению содержания и распространению рекламы медицинских услуг: «*Стоматолог и Я. Центр семейной стоматологии. Ваша скидка 61%. 1950р. <...>. Чистка AIR FLOW. Запись по телефонам <...>*», размещенной на фасаде здания по адресу: <...>, в которой отсутствует предупреждение о наличии противопоказаний к применению и использованию медицинских услуг (гигиена полости рта), необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, в нарушение ч.7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе», содержат состав административного правонарушения, предусмотренного ч. 5 ст. 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

О дате, месте и времени составления протокола заместитель директора ООО «Медина» по коммерческим вопросам <...>. уведомлена надлежащим образом (уведомление получено 30.12.2016 г.).

Протокол составлен в присутствии заместителя директора ООО «Медина» по коммерческим вопросам <...>.

В соответствии с частью 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ 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 части 1, 2 статьи 3.4 КоАП РФ предупреждение - мера административного наказания, выраженная в официальном порицании физического или юридического лица. Предупреждение выносится в письменной форме. 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.

Поскольку согласно информации на сайте <https://rmsp.nalog.ru/> ООО «Медина» включено в Реестр субъектов малого и среднего предпринимательства и правонарушение, ответственность за которое предусмотрена ч.5 ст.14.3 КоАП РФ, совершено Обществом впервые, с учетом отсутствия оснований, установленных частью 2 статьи 4.1.1 КоАП РФ, считаю возможным применить к должностному лицу Общества меру ответственности в виде предупреждения.

Руководствуясь статьями 3, ст.5, ст. 24, 33, 38 Федерального закона «О рекламе», статьями 2.1, 2.4, 3.4, 4.1.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

## **ПОСТАНОВИЛ:**

1.Признать должностное лицо - заместителя директора ООО «Медина» по коммерческим вопросам <...>) виновной в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 5 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2.Применить к должностному лицу - заместителю директора ООО «Медина» по коммерческим вопросам» - <...>) меру ответственности в виде предупреждения.

***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.***