

ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

УПРАВЛЕНИЕ ПО УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

ул. Спасская, д. 8, г. Ульяновск, 432970, ГСП, тел.: 41-32-03

www.ulyanovsk.fas.gov.ru, to73@fas.gov.ru

ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 150

о назначении административного наказания

10.05.2012

ДЕЛО № 8497-К/05-2012

г. Ульяновск

Заместитель руководителя - начальник отдела Управления Федеральной антимонопольной службы по Ульяновской области Спиридонов И.И., рассмотрев материалы дела о совершении **д.л. общества с ограниченной ответственностью «Ф» М**, родившимся (паспорт <...> зарегистрированным по адресу: , правонарушения, предусмотренного **частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях**, в присутствии М. (протокол № 1 от 18.02.2002, паспорт),

УСТАНОВИЛ:

В ходе осуществления текущего контроля за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе специалистами Ульяновского УФАС России в информационно-аналитической газете «Н» № 18 (18) от 15.12.2011 на странице 8 обнаружена реклама Медицинского центра «А» (служебная записка № 70 от 10.02.2012).

Определением от 10.02.2012 Ульяновским УФАС России возбуждено дело № 8271/05-2012 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. К участию в деле в качестве лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, привлечены ООО «Ф» и ООО «Н». Решением Ульяновского УФАС России от 01.03.2012 реклама Медицинского центра «А», размещенная в информационно-аналитической газете «Н», в частности, в № 17 (17) за 30.11.2011 и № 18 (18) от 15.12.2011, признана ненадлежащей, нарушающей требования ст. 16 и ч. 7 ст. 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - *Федеральный закон «О рекламе»*).

Заместителем руководителя - начальником отдела Ульяновского УФАС России

Спиридоновым И.И. вынесено определение от 09.04.2012 о возбуждении в отношении д.л. ООО «Ф» М. дела об административном правонарушении № 8497-К/05-2012 по ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях по факту нарушения законодательства о рекламе. Составление протокола об административном правонарушении назначено на 26.04.2012 в 11 час. 00 мин. Определение от 09.04.2012 направлено М. заказным письмом с уведомлением № 43204449032614 от 09.04.2012.

26.04.2012 заместителем руководителя - начальником отдела Ульяновского УФАС России Спиридоновым И.И. в отношении д.л. ООО «Ф» М. в его присутствии составлен протокол об административном правонарушении № 187 по ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях. Копия протокола № 187 от 26.04.2012 и определение от 26.04.2012 о назначении рассмотрения дела № 8497-К/05-2012 на 10.05.2012 в 15 час. 30 мин. вручены под роспись лично М. 26.04.2012.

На рассмотрении дела № 8497-К/05-2012 10.05.2012 М., признав факт нарушения законодательства о рекламе, пояснил, что ООО «Ф» предоставило в редакцию газеты «Н» ряд исходных материалов для размещения рекламы, однако окончательные вёрстка и компоновка рекламы были произведены редакцией газеты. Очевидно, на каком-то этапе размещения рекламы произошла ошибка, и фраза о необходимости получения консультации специалистов была упущена. Со стороны д.л. ООО «Ф» допущена халатность, так как он упустил из виду и не проконтролировал дальнейшее размещение рекламы медицинского центра «А».

Из материалов дела о нарушении законодательства о рекламе № 8271/05-2012 и дела об административном правонарушении № 8497-К/05-2012 усматривается следующее.

В информационно-аналитической газете «Н» № 18 (18) от 15.12.2011 на странице 8 обнаружена реклама Медицинского центра «А», которая имеет следующее содержание.

В верхней части рекламы приведена надпись «*Медицинский центр А, адрес, телефон Радищева, 31 (ост. Детс. обл. больница) 444 800*», рядом с которой выполнены изображения фирменного логотипа центра, а также телефонного аппарата.

Далее следует текст: «*Медицинские Консультации*

Педиатр

Терапевт

Косметолог

Трихолог (лечение волос)

Невролог

Рефлексотерапевт

Физиотерапевт

Эндокринолог

Оториноларинголог

Скрининговая экспресс-диагностика внутренних органов и позвоночника Medex Screen Test.Ltd. Назначение лечения. Контроль результатов».

В боковой части рекламы приведена вертикально расположенная надпись «Лицензия: .»

Иная информация в рекламе отсутствует.

Аналогичная реклама размещена в газете «Н» № 17 (17) от 30.11.2011.

Согласно п.п. 1, 2 ст. 3 Федерального 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; 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.

ООО «Ф» осуществляет медицинскую деятельность на основании лицензии. Согласно приложению № 1 к указанной лицензии ООО «Ф» оказывает следующие работы и услуги: «1) при осуществлении доврачебной медицинской помощи по: сестринскому делу, сестринскому делу в педиатрии, функциональной диагностике; 2) при осуществлении амбулаторно-поликлинической медицинской помощи, в том числе: в) при осуществлении специализированной медицинской помощи по: дерматовенерологии, косметологии (терапевтической), неврологии, оториноларингологии, педиатрии, применению методов традиционной медицины, рефлексотерапии, терапии, физиотерапии, экспертизе временной нетрудоспособности, эндокринологии».

В соответствии с Перечнем работ (услуг) при осуществлении медицинской деятельности, подлежащих обязательному лицензированию, утвержденным постановлением Правительства Российской Федерации от 22.01.2007 № 30 «Об утверждении Положения о лицензировании медицинской деятельности», к медицинской деятельности относятся услуги, выполняемые при осуществлении, в том числе, доврачебной и амбулаторно-поликлинической медицинской помощи, а именно по дерматовенерологии, косметологии (терапевтической), неврологии, оториноларингологии, педиатрии, применению методов традиционной медицины, рефлексотерапии, сестринскому делу, сестринскому делу в педиатрии, терапии, физиотерапии, функциональной диагностике, экспертизе временной нетрудоспособности, эндокринологии.

Согласно Номенклатуре работ и услуг в здравоохранении, утвержденной Министерством здравоохранения и социального развития Российской Федерации

12.07.2004, к сложным и комплексным медицинским услугам отнесены, в частности, услуги следующего типа: «Приём (осмотр, консультация) врача дерматовенеролога первичный» (код В 01.008.01), «Приём (осмотр, консультация) врача невропатолога первичный» (код В 01.023.01) и др.

Учитывая изложенное, информация, размещенная в информационно-аналитической газете «Н» № 17 (17) от 30.11.2011 и № 18 (18) от 15.12.2011, доступна для обозрения неограниченному кругу лиц, привлекает внимание к Медицинскому центру «А» и его медицинским услугам (объектам рекламирования). Информация в рассматриваемой статье направлена на формирование и поддержание интереса к медицинским услугам Медицинского центра «А» и их продвижению на рынке.

Таким образом, указанная информация является рекламой, объектами рекламирования которой являются ООО «Ф», осуществляющее согласно лицензии № деятельность Медицинского центра «А», а также медицинские услуги, им оказываемые.

В соответствии с ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе» реклама лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, медицинской техники 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).

Согласно ч. 4 ст. 2 Федерального закона «О рекламе» специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

В ст. 24 Федерального закона «О рекламе» установлены специальные требования и ограничения к рекламе лекарственных средств, медицинской техники, изделий медицинского назначения и медицинских услуг, в том числе методов лечения.

Таким образом, предупреждение, предусмотренное ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе», необходимо в рекламе и в случае, когда объектом рекламирования является только лицо, оказывающее медицинские услуги, в данном случае, ООО «Ф».

Кроме того, в рекламе Медицинского центра «А» приводятся конкретные методы лечения, в том числе с использованием медицинской техники.

Однако в рекламе предупредительная надпись о наличии противопоказаний к

применению и использованию медицинских услуг, необходимости получения консультации специалистов отсутствует.

Согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ73-00175 от 29.04.2011, выданному Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Ульяновской области, газета «Н» является информационно-аналитическим, финансовым, экономическим, а также образовательным изданием.

Согласно ст. 16 Федерального закона «О рекламе» размещение текста рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должно сопровождаться пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы». Объем рекламы в таких изданиях должен составлять не более чем сорок процентов объема одного номера периодических печатных изданий. Требование о соблюдении указанного объема не распространяется на периодические печатные издания, которые зарегистрированы в качестве специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера и на обложке и в выходных данных которых содержится информация о такой специализации.

Однако в газете «Н», не специализирующейся на размещении материалов рекламного характера, размещение рекламы Медицинского центра «А» не сопровождается пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы».

В соответствии со ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных ст. 16 Федерального закона «О рекламе», несёт рекламодатель, а за нарушение ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе» - рекламодатель и рекламодатель.

Согласно п.п. 5, 7 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, рекламодателем - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В ходе рассмотрения дела № 8271/05-2012 установлено, что между ООО «Н» (исполнитель) и ООО «Ф» (заказчик) заключен договор на информационно-консультационное, рекламное обслуживание № 45/11 от 23.11.2011, согласно которому заказчик поручает, а исполнитель принимает на себя права и обязанности по размещению информационных материалов и/или рекламному обслуживанию заказчика. Рассматриваемая реклама размещена в информационно-аналитической газете «Н» № 17 (17) от 30.11.2011 и № 18 (18) от 15.12.2011 по согласованию с ООО «Ф» (в соответствии с указанным договором согласование оригинал-макета рекламы осуществлялось посредством электронной переписки). Следовательно, рекламодателем в данном случае является ООО «Ф», а рекламодателем - ООО «Н».

Согласно ч. 4 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, признается ненадлежащей.

Нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями,

рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях (ч. 4 ст. 38 Федерального закона «О рекламе»).

Согласно ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (*Федеральный закон от 30.12.2001 № 195-ФЗ, в редакции Федерального закона от 28.12.2009 № 380-ФЗ*) нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе (в том числе ст.ст.16, 24 Федерального закона «О рекламе»), за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 4 настоящей статьи, 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.

В соответствии со ст. 2.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административной ответственности подлежит должностное лицо в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей. Совершившие административные правонарушения в связи с выполнением организационно-распорядительных или административно-хозяйственных функций руководители и другие работники организаций несут административную ответственность как должностные лица.

Таким образом, **д.л. общества с ограниченной ответственностью «Ф» М** совершено административное правонарушение, за которое частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях предусмотрена ответственность в виде штрафа в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей на граждан; от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей - на должностных лиц и на юридических лиц - в размере от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

При назначении административного наказания учитываются характер совершенного административного правонарушения, степень вины лица в совершении правонарушения. В частности, учитывается то, что в данном случае нарушены права неограниченного круга потребителей на получение добросовестной и достоверной информации, тем более, что норма ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе», нарушенная в данном случае, направлена на охрану и защиту жизни и здоровья граждан.

Обстоятельства, признаваемые смягчающими административную ответственность, отягчающими административную ответственность, отсутствуют.

Также отсутствуют основания для квалификации правонарушения в качестве малозначительного, что исключает применение ст. 2.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях. Правонарушение, совершенное М., несет существенную угрозу охраняемым общественным отношениям в сфере охраны здоровья граждан.

Руководствуясь статьями 4.1, 4.2, 4.3, 29.6, 29.9, 29.10 Кодекса Российской

Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

Признать в действиях **д.л. общества с ограниченной ответственностью «Ф» М** наличие состава административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Назначить **д.л. общества с ограниченной ответственностью «Ф» М** административное наказание в виде штрафа в размере **4 000 (Четыре тысячи) рублей**.

На постановление может быть подана жалоба вышестоящему должностному лицу, в Федеральную антимонопольную службу (г. Москва, ул. Садовая-Кудринская, 11) либо в суд в соответствии с законодательством Российской Федерации в течение десяти дней со дня получения копии постановления.

*В соответствии с ч. 1 ст. 32.2 КоАП РФ административный штраф должен быть уплачен **не позднее тридцати дней** после истечения срока на обжалование постановления либо со дня истечения срока отсрочки (рассрочки) уплаты штрафа.*

Штраф уплачивается по следующим реквизитам:

Получатель платежа: УФК по Ульяновской области (Управление Федеральной антимонопольной службы).

Налоговый орган: ИНН 7325002331.

Код КПП 732501001.

Номер счета получателя платежа: 40101810100000010003 в ГРКЦ ГУ Банка России по Ульяновской области, г. Ульяновск, БИК 047308001.

Код бюджетной классификации 16111626000016000140.

ОКАТО 73401000000.

Наименование платежа: Денежные взыскания (штрафы) за нарушение законодательства о рекламе (с указанием номера дела и постановления).

Об уплате штрафа сообщить **в срок до 29.06.2012**, представив в Ульяновское УФАС России надлежащим образом заверенную **копию платежного документа**.

При неуплате административного штрафа в срок, предусмотренный ч. 1 ст. 32.2 КоАП

РФ, копия постановления о наложении административного штрафа направляется судьей, органом, должностным лицом, вынесшими постановление, судебному приставу-исполнителю для взыскания суммы административного штрафа в порядке, предусмотренном федеральным законодательством.

Кроме того, судья, орган, должностное лицо, вынесшие постановление, принимают решение о привлечении лица, не уплатившего административный штраф, к административной ответственности в соответствии с ч. 1 ст. 20.25 КоАП РФ.

Заместитель руководителя управления -

начальник отдела

<...>