

Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан <...> - должностное лицо, рассмотрев протокол и материалы дела №016/04/14.3-1983/2021 об административном правонарушении, возбужденного в отношении юридического лица ООО «Медиа Холл» (ИНН: 1660310057, ОГРН: 1181690023437, юридический адрес: 420029, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Сибирский тракт, д. 34, корпус 5, офис 435) по факту нарушения требований части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»), ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ),

в отсутствие ООО «Медиа Холл» или его представителя по доверенности, надлежащим образом уведомленного о дате, времени и месте рассмотрения настоящего административного дела,

УСТАНОВИЛ:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Управление) поступило заявление от <...> – (физическое лицо) (вх. №2568/ж от 02.03.2021 г.) по факту распространения в печатном СМИ «Газета наш рынок» выпуск № 05(97) от 17.02.2021 г. рекламы с текстом «ВЫВОДИМ ИЗ ЗАПОЯ НА ДОМУ... ПОМОЩЬ В КОДИРОВАНИИ...8-927-048-52-02...24 ЧАСА», имеющей признаки нарушения Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», которая не сопровождается предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, что имеет признаки нарушения Закона о рекламе.

Изображение представлено ниже:

<...>

Данная реклама распространялась в печатном СМИ «Газета наш рынок» выпуск № 05(97) от 17.02.2021 г.

Согласно информации, содержащейся в общедоступной сети «Интернет», кодирование от алкоголизма – это метод медикаментозного или психотерапевтического воздействия на организм пациента с целью избавления его от неконтролируемой тяги к алкоголю.

Таким образом, в данном случае рекламораспространителем является ООО «Медиа Холл» (ОГРН: 1181690023437, ИНН: 1660310057, юридический адрес: 420029, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Сибирский тракт, д. 34, корпус 5, офис 435).

Согласно пункту 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 8 октября 2012 г. N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

В соответствии с частью 7 статьи 24 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).

В пункте 1 статьи 3 Федерального закона от 13 марта 2006 года №38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон «О рекламе») дано понятие рекламы - это 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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона «О рекламе» объектом рекламирования является 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.

Учитывая правовой смысл и содержание приведенных понятий рекламы и объекта рекламирования, 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, а также об изготовителе (продавце) такого товара, то есть объекту рекламирования в целом.

Согласно Номенклатуре медицинских услуг (утв. Приказом Минздрава России от 13.10.2017 N 804н), услуги по кодированию от алкоголизма (A13.29.008 – проведение психотерапии, A13.29.008.001 – индивидуальная психотерапия, A13.29.008.002 – групповая психотерапия и т.д.) относятся к медицинским услугам, представляющим собой определенные виды медицинских вмешательств, направленные на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющие самостоятельное законченное значение, тип медицинской услуги: функциональное обследование без использования приспособлений и/или приборов и выполняемое непосредственно медицинскими работниками (физикальные исследования, включая сбор жалоб, анамнеза, перкуссию, пальпацию и аускультацию).

При этом указание в рекламе способов воздействия на организм человека, полностью совпадающих с наименованием медицинских услуг, содержащихся в Номенклатуре, позволяет квалифицировать такую рекламу в качестве рекламы медицинских услуг, при отсутствии в такой рекламе иной информации, позволяющей выделить иные объекты рекламирования, в том числе при отсутствии в рекламе раскрытия содержания того или иного метода профилактики,

диагностики, лечения и медицинской реабилитации.

Данная реклама является рекламой медицинских услуг, а значит должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, также должна соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

Согласно Письму ФАС России от 25.09.2019 N АК/83509/19 «О разъяснении по вопросу рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» Федеральный закон «О рекламе» не содержит специальных требований к рекламе, распространяемой в социальных сетях.

В то же время такая реклама должна соответствовать как общим требованиям, установленным Федеральным законом «О рекламе», в том числе требованиям достоверности и добросовестности, так и специальным требованиям, установленным указанным Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров и услуг.

В случае выявления нарушений Федерального закона «О рекламе» антимонопольные органы привлекают виновных лиц к ответственности.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона «О рекламе» следует, что за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 24 Закона «О рекламе» несет ответственность рекламодатель.

Рекламодателем является ООО «Медиа Холл» (ОГРН: 1181690023437, ИНН: 1660310057, юридический адрес: 420029, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Сибирский тракт, д. 34, корпус 5, офис 435).

Ответственность за данное правонарушение предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, согласно которой нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 5 настоящей статьи, частью 4 статьи 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 КоАП РФ,

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.

Таким образом, действия ООО «Медиа Холл», выразившиеся в нарушении законодательства о рекламе, образуют состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Время совершения административного правонарушения: 17.02.2021.

Место совершения административного правонарушения: Республика Татарстан, г. Казань.

Учитывая то обстоятельство, что у ООО «Медиа Холл» имелись условия для соблюдения требований Закона о рекламе, оснований для признания указанного правонарушения в силу статьи 2.9 КоАП РФ малозначительным не имеется.

При рассмотрении настоящего дела обстоятельств, предусмотренных статьей 24.5 КоАП РФ, не выявлено, равно, как отсутствуют и иные основания для прекращения производства по делу об административном правонарушении.

Татарстанским УФАС России установлено, что согласно сведениям из Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства, размещенному на сайте <https://rmsp.nalog.ru/search.html#pnIsearchResult>, ООО «Медиа Холл» является микропредприятием.

Административное правонарушение по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ ООО «Медиа Холл» совершено впервые.

Исследовав материалы административного дела №016/04/14.3-1983/2021 антимонопольным органом принято назначение административного наказания ООО «Медиа Холл» в виде предупреждения.

Оснований для применения ст. 2.9 КоАП РФ не установлено.

Руководствуясь статьями 23.48, 29.9, а также частью 1 статьи 14.3, части 2 и 3 статьи 3.4, частью 1 статьи 4.1.1, частью 2 статьи 25.1, статьей 29.10 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

Признать юридическое лицо ООО «Медиа Холл» (ОГРН: 1181690023437, ИНН: 1660310057, юридический адрес: 420029, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Сибирский тракт, д. 34, корпус 5, офис 435), виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ и назначить наказание в виде предупреждения.

В соответствии с пунктом 3 части 1 и частью 3 статьи 30.1 КоАП РФ, а также частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно статье 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.

<...> - должностное лицо