

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания по делу № 062/04/14.3-573/2020

об административном правонарушении

«03» сентября 2020 года г. Рязань

Руководитель управления Рязанского УФАС России <...>, рассмотрев протокол от 19.08.2020 и материалы дела об административном правонарушении № 062/04/14.3-573/2020, в отсутствие представителя лица, в отношении которого возбуждено административное дело - ООО «Русская Медицинская компания» (ИНН 6226011245, <...>) – ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие представителя лица (вх. от 24.08.2020 № 5062) по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ

УСТАНОВИЛ:

В адрес Рязанского УФАС России 02.12.2019 (вх. № 5737) поступило заявление <...> о распространении в сети Интернет в группе социальной сети ВКонтакте по адресу: <...> рекламы алкогольной продукции с признаками нарушения рекламного законодательства.

В ходе рассмотрения заявления сотрудниками Рязанского УФАС России 09.12.2019 подтвердился факт распространения 01.12.2019 в сети Интернет по адресу: <...> рекламы следующего содержания: «Дорогие наши подписчики! Запускаем новый конкурс рекостав! 3 подарка – 3 победителя. Первое место – «Ящик шампанского» с изображением ящика «Советского шампанского» «Исток».

Кроме того, на главной странице группы в социальной сети ВКонтакте «Медицинский центр «РМК-Клиник» Касимов» указана следующая информация: <...> ул. Московская, д.62А <...>. При входе по ссылке: <...> происходит открытие сайта ООО «Русская Медицинская компания» (ООО «РМК») с информацией: «В разделе «О компании» указана Лицензия медицинской деятельности ООО «Русская Медицинская компания» ИНН 6226011245, адрес мест осуществления лицензируемого вида деятельности: <...> юридический адрес: <...> .

Данный факт подтвержден протоколом осмотра Рязанского УФАС России при проведении осмотра сайта с персонального компьютера от 09.12.2019.

Также, управлением установлено, что указанный на странице группы «Медицинский центр «РМК-Клиник» Касимов» телефонный номер <...> -<...> принадлежит ООО «Русская Медицинская Компания» (ИНН 6226011245) по договору услуг связи №154116572 от 25.07.2018.

На основании изложенного возбуждено дело о нарушении Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе») в отношении ООО «Русская Медицинская Компания».

Определениями по делу № 062/05/21-23/2020 от 03.02.2020 (исх. № 286/1), от 27.02.2020 (исх. № 890) у ООО «Русская Медицинская Компания» запрошены документы и сведения, необходимые для рассмотрения дела, в том числе мотивированное объяснение по факту предъявленного нарушения.

При рассмотрении дела 27.02.2020 представитель ООО «Русская Медицинская Компания» пояснил, что в социальной сети ВКонтакте на страничке «РМК-Клиник» размещена акция о розыгрыше с изображением ящика шампанского среди подписчиков группы. На данном изображении не указана крепость напитка. Кроме того спорная реклама удалена в группе «Медицинский центр «РМК-Клиник» Касимов».

Документов и сведений от ООО «Русская Медицинская Компания» в адрес управления не поступили.

В связи с чем, 27.02.2020 рассмотрение дело отложено с целью получения запрашиваемых документов.

18.03.2020 в адрес управления поступило объяснение от ООО «Русская Медицинская Компания» (вх. № 1533), подтверждающее позицию общества, озвученную 27.02.2020 представителем на заседании рассмотрения дела.

По окончании рассмотрения дела иных дополнительных документов и сведений в материалы дела не поступило.

Управление, рассмотрев заявление и материалы дела, пришло к следующим выводам.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» под рекламой понимается 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.

Федеральной антимонопольной службой России в письме от 05.04.2007 N АЦ/4624 разъяснено, что 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.

Согласно пункту 1 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" 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, является рекламой и должна в связи с этим отвечать требованиям, предъявляемым Законом о рекламе.

В рассматриваемой рекламе объектом рекламирования выступает конкретный товар - алкогольная продукция наименование и марка («Советское шампанское» «Исток»), которой можно индивидуализировать и выделить из ряда однородных. Таким образом, информация, размещенная в сети Интернет на странице

социальной сети ВКонтакте по адресу: <...> содержит сведения рекламного характера, поскольку направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, а также формирует и поддерживает интерес неопределенного круга потребителей к указанному товару (алкогольной продукции).

Таким образом, спорная информация: «Дорогие наши подписчики! Запускаем новый конкурс рекостав! 3 подарка – 3 победителя. Первое место – «Ящик шампанского» с изображением ящика «Советского шампанского» «Исток», размещенная 01.12.2019 в группе социальной сети ВКонтакте по адресу: <...>, является рекламой в соответствии со статьей 3 ФЗ «О рекламе».

Исходя из требований части 7 статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 N 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» алкогольная продукция - пищевая продукция, которая произведена с использованием или без использования этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции, с содержанием этилового спирта более 0,5 процента объема готовой продукции, за исключением пищевой продукции в соответствии с перечнем, установленным Правительством Российской Федерации. Алкогольная продукция подразделяется на такие виды, как спиртные напитки (в том числе водка, коньяк), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, медовуха.

Поскольку в рассматриваемой рекламе отсутствует пиктограмма, указывающая на то, что рекламируемый товар является безалкогольным, такая информация воспринимается, как реклама алкогольной продукции.

Соответственно информация с текстом: «Дорогие наши подписчики! Запускаем новый конкурс рекостав! 3 подарка – 3 победителя. Первое место – «Ящик шампанского» с изображением ящика «Советского шампанского» «Исток», признается рекламой алкогольной продукции.

При этом необходимо учитывать, что реклама алкогольной продукции может выражаться не только в демонстрации самого товара, но и в демонстрации отдельных элементов его упаковки или средств индивидуализации данного товара.

В соответствии с пунктом 8 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

В соответствии с частью 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции разрешается только в стационарных торговых объектах, в

которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов. Реклама вина и игристого вина (шампанского), произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда разрешается на выставках пищевой продукции (за исключением продуктов детского питания) и выставках организаций общественного питания.

В соответствии с частью 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, является ненадлежащей.

Ответственность за нарушение указанных норм ФЗ "О рекламе" несет как рекламодатель, так и рекламодателем, так и рекламодателем (ст. 38 ФЗ "О рекламе").

Решением Управления Федеральной антимонопольной службы по Рязанской области от 12.05.2020 по делу № 062/05/21-23/2020 установлен факт нарушения ООО «Русская Медицинская Компания» пункта 8 части 2, части 2.1, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» при распространении недостоверной рекламы в сети Интернет в группе социальной сети ВКонтакте по адресу<...>, со следующим содержанием: «Дорогие наши подписчики! Запускаем новый конкурс репостов! 3 подарка – 3 победителя. Первое место – «Ящик шампанского» с изображением ящика «Советского шампанского» «Исток».

Таким образом, нарушив статью 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», ООО «Русская Медицинская Компания» совершило административное правонарушение, за которое частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе - влечет наложение административного штрафа на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Время совершения ООО «Русская Медицинская Компания» административного правонарушения – 09.12.2019 (день выявления указанной рекламы).

Место совершения ООО «Русская Медицинская Компания» административного правонарушения – <...>

Разрешая вопрос о применении положений статьи 2.9 КоАП РФ и освобождении привлекаемого к административной ответственности лица от административного наказания по указанному в данной статье основанию, должностное лицо Рязанского УФАС России пришло к выводу о том, что в рассматриваемой ситуации доказательств наличия каких-либо исключительных обстоятельств, позволяющих квалифицировать правонарушение, совершенное ООО «Русская Медицинская Компания», как малозначительное, не представлено.

Факт совершения административного правонарушения ООО «Русская Медицинская Компания» подтверждается протоколом по делу N 062/04/14.3-573/2020 об административном правонарушении от 19 августа 2020 года, а также другими материалами дела.

Срок давности привлечения должностного лица к административной ответственности, установленный частью 1 статьи 4.5 КоАП РФ за нарушение рекламного законодательства, на момент вынесения настоящего постановления не

истек.

Разрешая вопрос о виде и размере административного наказания, учитывается характер совершенного административного правонарушения, имущественное и финансовое положение юридического лица (личность виновного, его имущественное положение) обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

В силу статей 4.2. и 4.3 КоАП РФ обстоятельств, смягчающих и отягчающих административную ответственность, в ходе рассмотрения административного дела не установлено.

В соответствии с п. 1 ст. 4.1.1. Кодекса РФ об административных правонарушениях, 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 п. 2 ст. 3.4 Кодекса РФ об административных правонарушениях, 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 может быть заменено являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицу, осуществляющему предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, или юридическому лицу, а также их работникам на предупреждение в соответствии со статьей 4.1.1 настоящего Кодекса.

Согласно сведениям Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства ООО «Русская Медицинская Компания» является субъектом малого предпринимательства.

ООО «Русская Медицинская Компания» впервые совершило нарушение рекламного законодательства, материалы, свидетельствующие о причинении имущественного ущерба либо вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, отсутствуют.

С учётом изложенного административное наказание ООО «Русская Медицинская Компания» в виде административного штрафа, предусмотренное частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, подлежит замене на предупреждение.

С учётом положений части 1 статьи 3.1 КоАП РФ, закрепившей цели административного наказания, предупреждение является официальным предостережением лица от возможности совершения им противоправного действия.

Руководствуясь статьями 23.48, 26.11, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

признать ООО «Русская Медицинская компания» (ИНН 6226011245, <...>) виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, и назначить ему 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 вышестоящий орган или вышестоящему должностному лицу 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.

Руководитель <...>