Исх. №АР-08/13390 от 06.09.2019

Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан <…> – (должностное лицо), рассмотрев протокол и материалы дела №016/04/14.3-1346/2019 об административном правонарушении, возбужденного в отношении юридического лица ООО «Успех-пресс» (место нахождения юридического лица: <…>; ОГРН: <…>, дата присвоения ОГРН: <…>, ИНН: <…>, КПП: <…>) по факту нарушения требований части 7 статьи 24 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закона «О рекламе»), ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ),

в присутствии <…> – (должностного лица) ООО «Успех-пресс» – ФИО1 (решение №<…> от <…> г.),

УСТАНОВИЛ:

В ходе проведения государственного надзора в сфере рекламы Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Управление) был установлен факт распространения рекламы медицинских в газете «Metro Казань» от <…> года №<…> (<…>) услуг с текстом: «Стоматологическая клиника Булгар-Стом, Имплант + металлокерамич. Коронка… лечение, удаление, брекет системы, изготовление съемных протезов… металлокерамическая коронка… отбеливание и т.д.», которая сопровождается предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, но менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства), что имеет признаки нарушения Закона «О рекламе».

Рис.1

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.

Согласно части 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).

Согласно измерениям Управления, в которых расчеты производились путем нахождения объема необходимого предупреждения об имеющихся противопоказаниях (130 см × 0,5 см = 6,5 см) и общего объема вышеуказанной рекламы (13 см × 12,5 см = 162,5 см), процент объема предупреждения от общего объема составил 6,5 см × 100% ÷ 162,5 см = 4%.

В пункте 1 статьи 3 Закона «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.

Информация, размещенная в вышеуказанной рекламной листовке содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; распространена посредством размещения на радиостанции; преследует строго заданные цели информирования: продвижение на рынке, призвана формировать и поддерживать интерес к услугам и товарам, предоставляемым, производимым соответствующим рекламодателем.

Понятие и перечень медицинских услуг определены Номенклатурой медицинских услуг, утвержденной Приказом Минздрава России от 13.10.2017 N 804н "Об утверждении номенклатуры медицинских услуг":

A16.07.001	Удаление зуба
A16.07.001.001	Удаление временного зуба
A16.07.001.002	Удаление постоянного зуба
A16.07.001.003	Удаление зуба сложное с разъединением корней
A16.07.002	Восстановление зуба пломбой
A16.07.002.001	Восстановление зуба пломбой I, II, III, V, VI класс по Блэку с использованием стоматологических цементов
A16.07.002.002	Восстановление зуба пломбой I, II, III, V, VI класс по Блэку с использованием материалов химического отверждения
[illegible]	[illegible]

A16.07.002.003	Восстановление зуба пломбой с нарушением контактного пункта II, III класс по Блэку с использованием стоматологических цементов
A16.07.002.004	Восстановление зуба пломбой с нарушением контактного пункта II, III класс по Блэку с использованием материалов химического отверждения
A16.07.002.005	Восстановление зуба пломбой IV класс по Блэку с использованием стеклоиномерных цементов
A16.07.002.006	Восстановление зуба пломбой IV класс по Блэку с использованием материалов химического отверждения
A16.07.002.007	Восстановление зуба пломбой из амальгамы I, V класс по Блэку
A16.07.002.008	Восстановление зуба пломбой из амальгамы II класс по Блэку
A16.07.002.009	Наложение временной пломбы
A16.07.002.010	Восстановление зуба пломбой I, V, VI класс по Блэку с использованием материалов из фотополимеров
A16.07.002.011	Восстановление зуба пломбой с нарушением контактного пункта II, III класс по Блэку с использованием материалов из фотополимеров
A16.07.002.012	Восстановление зуба пломбой IV класс по Блэку с использованием материалов из фотополимеров
A16.07.003	Восстановление зуба вкладками, виниром, полукоронкой
A16.07.004	Восстановление зуба коронкой
A16.07.005	Восстановление целостности зубного ряда несъемными мостовидными протезами
A16.07.006	Протезирование зуба с использованием имплантата
A16.07.007	Резекция верхушки корня
A16.07.008	Пломбирование корневого канала зуба
A16.07.008.001	Пломбирование корневого канала зуба пастой
A16.07.008.002	Пломбирование корневого канала зуба гуттаперчивыми штифтами
A16.07.008.003	Закрытие перфорации стенки корневого канала зуба
A16.07.009	Пульпотомия (ампутация коронковой пульпы)
A16.07.010	Экстирпация пульпы
A16.07.011	Вскрытие подслизистого или поднадкостничного очага воспаления в полости рта
A16.07.012	Вскрытие и дренирование одонтогенного абсцесса
A16.07.013	Отсроченный кюретаж лунки удаленного зуба
A16.07.014	Вскрытие и дренирование абсцесса полости рта
A16.07.015	Вскрытие и дренирование очага воспаления мягких тканей лица или дна полости рта

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.

Данный рекламный макет 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 Закона «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).

В соответствии с частью 6, 7 статьи 38 Закона «О рекламе» следует, что за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 24 Закона «О рекламе» несет ответственность рекламодатель, рекламораспространитель.

Рекламодателем является ООО «Булгар-стом» (<…>; ИНН <…>).

Рекламораспространителем является ООО «Успех-пресс» (<…>; ИНН <…>).

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона «О рекламе» определено, что 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.

Вышеуказанная рекламная информация содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; преследует строго заданные цели информирования: продвижение на рынке, призвана формировать и поддерживать интерес к товарам, реализуемым соответствующими рекламодателями.

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

В соответствии с частью 1 статьи 5 Закона «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с пунктами 1 и 2 Закона «О рекламе», реклама – 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.

В ходе анализа представленных ООО «Булгар-Стом» документов, Комиссия определила, что при проверке и согласовании всей общей площади макета он соответствовал необходимым требованиям.

Макет полностью соответствовал Закону «О рекламе».

В ходе изучения представленных ООО «Успех-пресс» документов, Комиссия установила, что указанный в определении о возбуждении дела макет был размещён в газете «Metro» на основании заключенного договора №<…> от <…> на оказание рекламных услуг.

Макет был согласован с рекламодателем, согласие рекламодателя с вышедшей рекламой подтверждается подписанным обеими сторонами актом выполненных работ №<…> от <…> года.

Также в макете присутствует строчка о противопоказаниях, в соответствии с части 7 статьи 24 Закона «О рекламе» «Имеются противопоказания, необходима консультация специалиста». Размер строчки составляет 4% от размера макета.

В письменных пояснениях данное обстоятельство объясняется тем, что произошёл сбой в компьютерной программе Adobe Design, надпись о противопоказаниях в данных медицинских макетах сократилась по размеру и не была замеченной отделом редакции.

В соответствии со статьёй 19 Закона №2124-1 «О средствах массовой информации» ответственность за выполнение требований, предъявляемых к деятельности СМИ, несёт главный редактор. Во время вёрстки главный редактор проверяет все материалы, которые будут поставлены в номер <...> в том числе и рекламные, проверяет их соответствие Закону «О рекламе».

Эти обязанности прописаны и в его должностной инструкции. На момент выхода макета в газете «Metro Казань» от <…> года №<…> (<…>) главным редактором являлась ФИО2.

Согласно пункту 1 статьи 1068 ГК РФ Юридическое лицо либо гражданин возмещает вред, причиненный его работником при исполнении трудовых (служебных, должностных) обязанностей.

Работниками признаются граждане, выполняющие работу на основании трудового договора (контракта), а также граждане, выполняющие работу по гражданско-правовому договору, если при этом они действовали или должны были действовать по заданию соответствующего юридического лица или гражданина и под его контролем за безопасным ведением работ.

Неисполнение юридическим лицом требований закона вследствие ненадлежащего исполнения трудовых обязанностей его работником не является обстоятельством, освобождающим само юридическое лицо от ответственности

В соответствии с частью 4 статьи 38 Закона «О рекламе» нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму согласно пункту 5 статьи 3 Закона «О рекламе».

Вследствие того, что конечная редакция рекламы объявления услуги не была

согласована с рекламодателем, ответственность за совершенное правонарушение возлагается на рекламопроизводителя.

Рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в частях 6 и 7 настоящей статьи, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

Согласно письменным пояснениям представленных ООО «Успех-пресс» нарушение требований законодательства Российской Федерации о рекламе в газете «Metro» произошло в связи с тем, что произошел сбой в компьютерной программе и надпись о противопоказаниях в данных медицинских макетах сократилась по размеру и не была замеченной отделом редакции.

В связи с изложенным, Татарстанское УФАС России приходит к выводу, что рекламопроизводителем рассматриваемой рекламы является ООО «Успех-пресс».

Ответственность за данное правонарушение предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, согласно которой нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем 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 «Успех-пресс», выразившиеся в нарушении законодательства о рекламе, образуют состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Время совершения ООО «Успех-пресс» административного правонарушения: 04.03.2019 г.

Место совершения ООО «Успех-пресс» административного правонарушения: территория распространения рекламы медицинских услуг в газете «Metro Казань» от <…> года №<…> (<…>), которая не соответствует требованиям части 7 статьи 24 Закона «О рекламе».

ООО «Успех-пресс» надлежащим образом уведомлено о дате, времени и месте рассмотрении настоящего дела об административном правонарушении.

Рассмотрение дела об указанном правонарушении состоялось 02 сентября 2019 года в 15 часов 00 минут по адресу: г. Казань, ул. Московская, д. 55, в присутствии <…> – (должностного лица) ООО «Успех-пресс» – ФИО1 (решение №<…> от <…> г.).

Решением Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (Исх. №<…> от <…>) по делу №016/05/24-159/2019 реклама медицинских услуг в газете «Metro Казань» от <…> года №<…> (<…>), с текстом следующего содержания: «Стоматологическая клиника Булгар-Стом, Имплант + металлокерамич. Коронка… лечение, удаление, брекет системы, изготовление

съемных протезов… металлокерамическая коронка… отбеливание и т.д.», которая сопровождается предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, но менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства) признана не соответствующей требованиям части 7 статьи 24 Закона «О рекламе».

Доказательствами по данному делу являются материалы дела №016/05/24-159/2019, возбужденного Татарстанским УФАС России по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Решая 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.

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

В соответствии с частью 3.2 статьи 4.1 КоАП РФ при наличии исключительных обстоятельств, связанных с характером совершенного административного правонарушения и его последствиями, имущественным и финансовым положением привлекаемого к административной ответственности юридического лица, судья, орган, должностное лицо, рассматривающие дела об административных правонарушениях либо жалобы, протесты на постановления и (или) решения по делам об административных правонарушениях, могут назначить наказание в виде административного штрафа в размере менее минимального размера административного штрафа, предусмотренного соответствующей статьей или частью статьи раздела II настоящего Кодекса, в случае, если минимальный размер административного штрафа для юридических лиц составляет не менее ста тысяч рублей.

На основании изложенного, если с учетом общего количества обстоятельств, смягчающих административную ответственность, полученный в результате исчисления размер административного штрафа составляет менее минимального его размера, то штраф может быть применен в размере, полученном в результате расчета, но не менее 1/2 минимального размера административного штрафа и не менее 50 000 (пятидесяти тысяч) рублей.

Таким образом, рассмотрев дело №016/04/14.3-1346/2019 об административном правонарушении в отношении ООО «Успех-пресс» Татарстанским УФАС России назначено наказание в виде административного штрафа в размере 50 000 (пятидесяти тысяч) рублей.

Совершенное правонарушение, не является исключительным случаем, поэтому не могло быть расценено в качестве малозначительного. Ответственность за указанные деяния наступает независимо от возникновения или не возникновения общественно опасных последствий. Наступление общественно опасных

последствий при совершении правонарушений с формальным составом презюмируется самим фактом совершения действий или бездействия.

Обязанность каждого соблюдать закон, закреплена в Конституции Российской Федерации.

В рассматриваемом случае совершенное правонарушение посягает на права неопределенного круга лиц, как возможных потребителей рекламируемых услуг на получение полной и достоверной информации, что создает в результате совершения данного правонарушения существенную угрозу охраняемым общественным отношениям в сфере рекламы.

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.

Оснований для применения статьи 2.9 КоАП РФ не установлено.

Руководствуясь статьями 23.48, 29.9, а также частью 1 статьи 14.3, частью 3.2 и 3.3 статьи 4.1, частью 2 статьи 25.1, статьей 29.10 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

Признать ООО «Успех-пресс» (место нахождения юридического лица: <…>; ОГРН: <…>, дата присвоения ОГРН: <…>, ИНН: <…>, КПП: <…>), виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ и назначить наказание в виде административного штрафа в размере 50 000 (пятидесяти тысяч) рублей 00 копеек.

В соответствии с частью 5 статьи 3.5 КоАП сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме.

Согласно части 1 статьи 32.2 КоАП РФ, административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее 60 (шестидесяти) дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу, за исключением случая, предусмотренного частью 1.1 статьи 32.2 КоАП РФ, либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 КоАП РФ.

Сумма административного штрафа должна быть перечислена по следующим реквизитам:

Банк получателя – <…>;

БИК Банка – <…>;

Расчетный счет – <…>;

Получатель – <…> (<…>)

ИНН получателя – <…>;

КПП получателя – <…>;

ОКТМО – <…>;

КБК – <…>;

УИН – <…>.

Назначение платежа – денежное взыскание (штраф) за нарушение законодательства о рекламе, налагаемое федеральным органом государственной власти по делу №016/04/14.3-1346/2019.

Копию документа, подтверждающего уплату административного штрафа, лицо, привлеченное к административной ответственности, направляет должностному лицу, вынесшему постановление, по факсу в Татарстанское УФАС России, ул. Московская д. 55, г. Казань, 420021, тел. (факс): 8(843) 238-19-46.

Согласно части 5 статьи 32.2 КоАП РФ, при отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, и информации об уплате административного штрафа в Государственной информационной системе о государственных и муниципальных платежах, по истечении срока, указанного в части 1 или 1.1 статьи 32.2 КоАП РФ, судья, орган, должностное лицо, вынесшие постановление, направляют соответствующие материалы судебному приставу-исполнителю для взыскания суммы административного штрафа в порядке, предусмотренном федеральным законодательством. Кроме того, в отношении лица, не уплатившего административный штраф, должностное лицо федерального органа исполнительной власти, его учреждения, структурного подразделения или территориального органа, а также иного государственного органа, уполномоченного осуществлять производство по делам об административных правонарушениях (за исключением судебного пристава-исполнителя), составляет протокол об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 20.25 КоАП РФ, в соответствии с которой неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного штрафа.

В соответствии с пунктом 7 статьи 21 Федерального закона от 02.10.2007г. №229-ФЗ «Об исполнительном производстве» постановление о наложении штрафа может быть предъявлено к исполнению в течение двух лет со дня их вступления в законную силу.

В соответствии с частью 1 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу, либо суд в течение 10 суток 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)