

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о вынесении предупреждения по делу № 83р-17/62-04-16р

об административном правонарушении

«28» июля 2017 г.

г. Киров

Имститель руководителя – начальник отдела товарных рынков и естественных монополий Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области рассмотрев протокол № 83р-17/62-04-16р от 15.06.2017, составленный – главным специалистом-экспертом отдела финансовых рынков и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области в отношении юридического лица Общества с ограниченной ответственностью «Денталия» (далее – ОО «Денталия») (юридический адрес: <...>, ИНН <...>, ОГРН <...>; законный представитель – директор ООО «Денталия» <...>), в связи с нарушением п. 4 ч. 2 ст. 5, п. 20 ч. 3 ст. 5 и ч. 7 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – Федеральный закон «О рекламе»),

УСТАНОВИЛ:

Решением Комиссии Кировского УФАС России по делу № 62/04-16р (резольютивная часть решения оглашена 29 декабря 2016 года; в полном объеме решение изготовлено 1 января 2017 года) признана ненадлежащей реклама: «Центр эстетической стоматологии <...>. Базальная имплантация. Улыбка за 3 дня. Центр эстетической стоматологии <...> предлагает новую технологию. Базальная имплантация – инновационный метод, который позволяет создать полноценную замену утраченным зубам, восстановить эстетические жвательные функции даже в самых сложных случаях <...> <...> – единственная сертифицированная клиника, имеющая эксклюзивные права на использование данного метода <...>», размещенная в газете «<...>» от 29.07.2016 г. № 31 (119) на странице 14 в журнале «<...>» от 30.08.2016 г. № 8 на стр. 26, поскольку нарушает требования п. 4 ч. 2 ст. 5, п. 20 ч. 3 ст. 5 и ч. 7 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Решением установлено, что ООО «Денталия», являясь лицом, определившим объект рекламирования, является рекламодателем по смыслу Федерального закона «О рекламе» и несет ответственность за нарушение требований, установленных п. 4 ч. 2 ст. 5, п. 20 ч. 3 ст. 5 и ч. 7 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Нарушение заключается в следующем.

Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области поступил заявление ООО «Олис-Дент» о нарушении рекламного законодательства при размещении рекламы ООО «Денталия», которая является недобросовестной, недостоверной и вводит в заблуждение потребителей рекламы относительно предоставления медицинской услуги базальной имплантологии.

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 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

торым направлена реклама. Товар – это продукт деятельности (в том числе работ луга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

формация, размещенная в газете «<...>» от 29.07.2016 г. № 31 (119) на странице 14 журнале «<...>» от 30.08.2016 г. № 8 на стр. 26 следующего содержания: «Центр тетической стоматологии <...>. Базальная имплантация. Улыбка за 3 дня. Центр тетической стоматологии <...>предлагает новую технологию. Базальная имплантация новационный метод <...> <...>– единственная сертифицированная клиника, имеющая эксклюзивные права на использование данного метода <...>», адресован определенному кругу лиц, так как бесплатная городская газета «<...>» распространяется по почтовым ящикам жителей города Кирова и ближайшего города, журнал «<...>» распространяется по почтовым ящикам по специальной урмированной адресной базе, а также по именной подписке индивидуально чтовые ящики и по статусным местам города Кирова, т.е. информация является щедоступной для всех без исключения категорий населения. Информация направлена для привлечения внимания к объекту рекламирования (ООО «Денталия» и оказываемым медицинским услугам) и его продвижению на рынке товаров, работ и услуг, то есть отвечает требованиям ст. 3 ФЗ «О рекламе» и является рекламой.

належащей признается реклама не соответствующая требованиям законодательства РФ (ст. 3 Федерального закона «О рекламе»).

щие требования к рекламе установлены в Федеральном законе «О рекламе», которым определено, что реклама должна быть достоверной. Недостоверная реклама не допускается.

огласно п. 4 ч. 2 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» недобросовестной признается реклама, которая является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

ятие конкуренции установлено пунктом 7 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2007 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Федеральный закон «О защите конкуренции») в соответствии с которым конкуренцией является соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке.

и этом согласно пункту 4 вышеуказанной статьи Федерального закон «О защите конкуренции» товарный рынок – это сфера обращения товара, который не может быть заменен другим товаром, или взаимозаменяемых товаров, в границах которой исходя из экономической, технической или иной возможности либо целесообразности потребитель может приобрести товар.

соответствии с п. 9 ст. 4 вышеуказанного Федерального закона недобросовестной конкуренцией признаются любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц) которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам – конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации.

явитель ООО «Олис-Дент» согласно Выписке из ЕГРЮЛ осуществляет следующий вид деятельности: 83.23 Стоматологическая практика, на основании лицензии № <...>с от 22.06.2015 на осуществление медицинской деятельности. Ответчик ООО «Денталия» согласно Выписке из ЕГРЮЛ также осуществляет вид деятельности: 83.23 Стоматологическая практика, на основании лицензии № <...> от 22.06.2016, что подтверждает осуществление деятельности хозяйствующими субъектами (ООО «Олис-Дент» и ООО «Денталия») на одном товарном рынке (наличие конкурентных отношений на рынке оказания медицинских стоматологических услуг).

рассматриваемой рекламе содержится информация: «...<...>предлагает новую технологию. Базальная имплантация – инновационный метод ...<...>– единственная сертифицированная клиника, имеющая эксклюзивные права на использование данного метода», которая говорит об исключительности и эксклюзивности предоставляемых ООО «Денталия» услуг на территории Кировской области, а именно применения метода базальной имплантации. После прочтения такой рекламной информации создается впечатление о том, что у других участников рынка (конкурентов – стоматологическая клиника города Кирова и области) отсутствует право и возможность использовать метод базальной имплантации.

В соответствии с Номенклатурной классификацией медицинских изделий, утверждено приказом Минздрава России от 06.06.2012 N 4н, к медицинским изделиям к группам стоматологические медицинские изделия (15) относятся Имплантаты стоматологические сопутствующие изделия (15.8). Согласно представленным в материалы дела ответчиком заявителем договорам на оказание медицинских платных услуг базальная имплантация является медицинской услугой. Сертификат от «<...>» выдан ООО «Денталия» для пользования определенной методики базальной имплантации, а именно методике <...> на территории Кировской области, а не для метода базальной имплантации в целом.

Привлечение внимания к своим услугам потребителей, которые полагают, что получат иную услугу (базальную имплантацию) могут только в рекламируемой стоматологии. Расчет создания условий, способствующих перераспределению потока клиентов и обретению клиентов конкурента, а также дополнительному привлечению потенциальных клиентов, может причинить убытки другим хозяйствующим субъектам конкурентам либо нанести вред их деловой репутации, дает необоснованное преимущество перед конкурентами, действующими на том же рынке и является актом недобросовестной конкуренции.

Всего того, Кировским УФАС России установлен факт использования метода базальной имплантации в пределах географических границ города Кирова другой стоматологической клиникой – конкурентом (ООО «Олис-Дент») на основании следующих документов:

договор № 34-107 от 21.08.2014 г., заключенный на неопределенный срок между ООО «Олис-Дент» (заказчик) и ООО «Ванвей Биомед» (исполнитель), товарная накладная № 34-107 от 14.10.2015 г. от ООО «Ванвей Биомед», товарная накладная № 10-34-107 от 11.11.2015 г. от ООО «Ванвей Биомед». Данные документы свидетельствуют о том, что ООО «Олис-Дент» имеется действующий договор (в том числе в период 2016 года) с ООО «Ванвей Биомед» на поставку продукции (базальных имплантатов), а также о том, что заявитель приобрел базальные имплантаты в период с 2014-2015 г. у ООО «Ванвей Биомед», что подтверждает наличие у заявителя необходимых материалов для пользования методом базальной имплантации;

претензия от ООО «Олис-Дент» к ООО «Ванвей Биомед», ответ на претензию ООО «Олис-Дент» от ООО «Ванвей Биомед» (исх. № 6/н от 20.09.2016 г.), в котором ООО «Ванвей Биомед» отказали в возврате оставшихся у ООО «Олис-Дент» базальных имплантатов и плате за них денежных средств. Указанные документы подтверждают факт наличия базальных имплантатов <...> у ООО «Олис-Дент» (на дату распространения спорной рекламы), которые Общество могло устанавливать, используя только метод базальной имплантации, соответственно, у заявителя существовала возможность для использования метода базальной имплантации в своей стоматологической клинике;

стоматологические медицинские карты клиентов, приложения к медицинским стоматологическим картам (в которые вклеены наклейки с упаковок базальных имплантатов <...>), информационные согласия на проведение имплантации клиентов – иные документы подтверждают, что ООО «Олис-Дент» оказывало услуги по базальной имплантации на момент выхода спорной рекламы ООО «Денталия» (апрель-август 201

да).

Представитель заявителя <...> на заседаниях Комиссии пояснил, что ООО «Ванвей Биомед» разрешило ООО «Олис-Дент» в своей деятельности использовать оставшиеся у них базальные имплантаты, однако поставлять базальные имплантаты в 2016 году отказались. Данный факт подтверждается ответом на претензию ООО «Олис-Дент» от ООО «Ванвей Биомед» (исх. № б/н от 20.09.2016 г.)

Анализа представленных в материалы дела документов следует, что метод базальной имплантации на территории Кировской области используется не только ООО «Денталия» и другими стоматологическими клиниками, а именно стоматологией ООО «Олис-Дент» таким образом, информация следующего содержания: «Центр эстетической стоматологии <...>. Базальная имплантация. Улыбка за 3 дня. Центр эстетической стоматологии Д<...>енталия предлагает новую технологию. Базальная имплантация – инновационный метод <...> <...> – единственная сертифицированная клиника, имеющая эксклюзивные права на использование данного метода <...>» нарушает п. 4 ч. 2 ст. 14 Федерального закона «О рекламе», поскольку, данная реклама является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством. Согласно п. 20. ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

Кировским УФАС установлено: с 01.01.2016 г. между ООО «Денталия» и ООО «Ванвей Биомед» был заключен договор поставки № Э-002 на условиях эксклюзивного пользования на территории города Кирова и Кировской области методики базальной имплантации «<...><...>», что подтверждается сертификатом АААА000002 и актом приема-передачи от 01.01.2016 г. По данным стоматологической клиники <...>, в период с сентября 2014 г. по 01.01.2016 г. по методу базальной имплантации работали две стоматологии: ООО «Денталия» и ООО «Олис-Дент». Право использования методики базальной имплантации «<...>» было передано ответчику с 01.01.2016 г., поэтому ООО «Денталия» считало, что с указанной даты метод базальной имплантации используется только ООО «Денталия».

Согласно позиции Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации, изложенной в постановлении от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе", применительно к использованию в рекламе терминов в превосходной степени, например утверждений "лучшим", "единственным" и т.п., действует презумпция несоответствия действительности таких терминов в превосходной степени и утверждений, если рекламодатель не подтвердит их истинность, предоставив документальные доказательства.

Однако ООО «Денталия» не было представлено каких-либо исследований статистических данных, либо иных документов, подтверждающих, что <...> – единственная клиника, которая имеет право использовать метод базальной имплантации на территории Кировской области, что могло бы позволить судить о достоверности утверждений, содержащихся в данной рекламе.

Против, представленные Заявителем документы (договор с ООО «Ванвей Биомед»; медицинские стоматологические карты и т.д.) подтверждают недостоверность изложенной в рекламе информации.

Согласно данным с сайта ФГБУ «Федеральный институт промышленной собственности» изобретение «Информационно-поисковая система» метод базальной имплантации не патентован. На территории РФ осуществляют поставку базальных имплантатов два официальных представителя ООО «Ванвей Биомед» и ООО «Трейт», также обладающие исключительным правом на использование метода базальной имплантации. Следовательно, любая стоматологическая клиника может использовать метод базальной имплантации, имея в наличии базальные имплантаты.

ким образом, спорная реклама содержит недостоверные сведения о лице азывающем медицинские услуги, а именно о наличии у ООО «Денталия» статус единственного обладателя права на использование *метода базальной имплантации*, что является нарушением п. 20 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно ч. 7 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его изобретения или использования, если при этом искажается смысл информации, ведущая к заблуждению потребителя рекламы.

В спорной рекламе отсутствует часть существенной информации о названии *метода базальной имплантации*, в отношении которого у ООО «Денталия» имеется сертификат с ...» для использования определенной методики базальной имплантации <...> на территории Кировской области.

Отсутствие данной существенной информации в тексте рекламы искажает смысл рекламы, из которой следует вывод, что <...> является единственной сертифицированной методикой по использованию метода базальной имплантации в целом, а не по конкретной методике <...>.

Таким образом, спорная реклама нарушает требования ч. 7 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», так как в тексте рекламы отсутствует существенная информация, без которой искажается смысл рекламы.

Согласно письменным пояснениям ООО «Ванвей Биомед» (вх. № 5783 от 19.09.2016 г.) на сегодняшний день на территории РФ существует несколько компаний, которые продают базальные имплантаты (Например: <...>, <...>). Но в зависимости от формы и поверхности имплантата изменяется возможность установки в те или иные области базальной костной ткани, соответственно и изменяется методика базальной имплантации. У каждого клиента ООО «Ванвей Биомед» потенциально есть возможность получить *методику* «<...>». Для получения методики «<...>» необходимо посетить семинары, сдать письменный экзамен и получить сертификат лектора.

Выводы представителей ответчика о том, что ООО «Олис-Дент» не имело право ставить базальные имплантаты «<...>», не нашли своего подтверждения, так как в материалах дела имеется письмо Департамента здравоохранения Кировской области (исх. № 2404-01-03 от 14.05.2015 г.) председателю Правления ООО «Кировское объединение стоматологов, зубных врачей, зубных техников», представленное заявителем. В данном письме указано, что выдача разрешений на применение медицинских технологий, включая методы профилактики, диагностики и лечения, предусматривалась Основами законодательства РФ об охране здоровья граждан, утвержденными Верховным Советом РСФСР от 22.07.93 № 5487-1, утратившим силу с принятием Федерального закона от 21.11.2011 № 3-ФЗ «Об основах охраны граждан в Российской Федерации».

Существующее законодательство Российской Федерации не предусматривает необходимости получения каких-либо *разрешений* на применение медицинских технологий, использование *методов диагностики, лечения и профилактики*. Отсутствие в рекомендациях, протоколах ведения больных или недостаточное освещение метода в специальной медицинской литературе не является юридическим основанием для запрета на применение этого метода.

Поэтому же довод ответчика относительно того, что ООО «Олис-Дент» не имеет право использовать данный метод не относятся к делу, поскольку антимонопольный орган не полномочен оценивать правомерность действий ООО «Олис-Дент» в данной сфере.

С учетом вышеизложенного, реклама, размещенная в газете «<...>» от 29.07.2016 г. № 3 (19) на странице 14 и журнале «<...>» от 30.08.2016 г. № 8 на стр. 26 следующего содержания: «Центр эстетической стоматологии <...>. Базальная имплантация. Улыбка за один день. Центр эстетической стоматологии <...> предлагает новую технологию. Базальная

имплантация – инновационный метод, который позволяет создать полноценную замену утраченным зубам, восстановить эстетические и жевательные функции даже в самых сложных случаях <...> <...> – единственная сертифицированная клиника, имеющая эксклюзивные права на использование данного метода <...>», не соответствующая требованиям п. 4 ч. 2 ст. 5, п. 20 ч. 3 ст. 5 и ч. 7 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

соответствии со ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований п. 4 ч. 2 ст. 5, п. 20 ч. 3 ст. 5 и ч. 7 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодаделец.

соответствии с п. 5 ст. 5 ФЗ «О рекламе» рекламодаделец – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламного сообщения.

при рассмотрении дела было установлено и ООО «Денталия» не оспаривается, что содержание спорной рекламы: «Центр эстетической стоматологии <...>. Базальная имплантация. Улыбка за 3 дня. Центр эстетической стоматологии <...> предлагает новую технологию. Базальная имплантация – инновационный метод, который позволяет создать полноценную замену утраченным зубам, восстановить эстетические и жевательные функции даже в самых сложных случаях <...> <...> – единственная сертифицированная клиника, имеющая эксклюзивные права на использование данного метода <...> <...>: распространенной в газете «<...>» от 29.07.2016 г. № 31 (119) на странице 14 и журнал «<...>» от 30.08.2016 г. № 8 на стр. 26, определено ООО «Денталия».

указанный факт подтверждается следующими документами:

договором № 3/91 на оказание услуг по разработке, изготовлению и размещению рекламной продукции от 22.12.2014 г., заключенным между ООО «<...>» (Исполнитель) и ООО «Денталия» (Заказчик), заявкой № 11 от 22.01.2014 г., актом № 3/274 от 08.07.2016 г., договором № 41/1 на оказание услуг по разработке, изготовлению и размещению рекламной продукции от 06.02.2015 г., заключенным между ООО «<...>» (Исполнитель) и ООО «Денталия» (Заказчик), заявкой № 4, счетом, выставленным ООО «Медиа Актив» Обществу «Денталия» № 43/97 от 28.06.2016 года, актом № 43/97 от 07.07.2016 г.

Таким образом, действия ООО «Денталия» по определению содержания спорной рекламы содержат нарушения п. 4 ч. 2 ст. 5, п. 20 ч. 3 ст. 5, ч. 7 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Указанный факт нарушения законодательства РФ о рекламе в полном объеме подтверждается имеющимися материалами и решением по делу № 62/04-16р.

Согласно ч. 1 ст. 4.5 Кодекса РФ об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ) срок давности привлечения к административной ответственности за нарушение законодательства составляет один год со дня совершения административного правонарушения.

Срок давности привлечения лица к административной ответственности исчисляется с 08.08.2016 (дата последнего выхода ненадлежащей рекламы в СМИ).

Административная ответственность за вышеуказанное нарушение законодательства РФ о рекламе предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ. В соответствии с данной нормой нарушение законодательства о рекламе, рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем 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.

С наступлением административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, установленный факт нарушения законодательства РФ о рекламе в действиях ООО «Денталия», выразившийся в определении содержания рекламы: «Центр

тетической стоматологии <...>. Базальная имплантация. Улыбка за 3 дня. Центр эстетической стоматологии <...> предлагает новую технологию. Базальная имплантация – инновационный метод, который позволяет создать полноценную замену утраченным зубам, восстановить эстетические и жевательные функции даже в самых сложных случаях <...> <...> – единственная сертифицированная клиника, имеющая эксклюзивные права на использование данного метода <...> <...>», размещенной в газете «<...>» с 29.07.2016 г. № 31 (119) на странице 14 и журнале «<...>» от 30.08.2016 г. № 8 на стр. 26.

Объектом административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ являются общественные отношения в области рекламы.

Объективной стороной административного правонарушения являются действия ООО «Денталия» по определению содержания рекламы, в нарушение п. 4 ч. 2 ст. 5, п. 20 ч. 3 ст. 7 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно ст. 2.10 Кодекса РФ об административных правонарушениях юридические лица подлежат административной ответственности за совершение административных правонарушений в случаях, предусмотренных статьями [раздела II](#) настоящего Кодекса и законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях.

Объектом административного правонарушения является рекламодавец – юридическое лицо ООО «Денталия», которое определило содержание спорной рекламы.

При установлении субъективной стороны административного правонарушения следует учитывать разъяснения Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суд Российской Федерации от 02.06.2004 № 10 "О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях", а именно: при рассмотрении дел об административных правонарушениях понятие вины юридически не раскрывается в [части 2 статьи 2.1](#) КоАП РФ ([пункт 16.1](#)).

Следовательно, и в тех случаях, когда в соответствующих статьях Особенной части [КоАП](#) РФ предусмотрена возможность привлечения к административной ответственности за административное правонарушение ставится в зависимость от формы вины, в отношении юридических лиц требуется лишь установление того, что у соответствующего лица имелась возможность соблюдения правил и норм, за нарушение которых предусмотрена административная ответственность, но им не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению ([часть 2 статьи 2.1](#) КоАП РФ).

В данном случае установлено, что у ООО «Денталия» имелась возможность для соблюдения требований п. 4 ч. 2 ст. 5, п. 20 ч. 3 ст. 7 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», но им не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению. В силу объективных обстоятельств, делающих невозможным исполнение установленных законодательством требований, при рассмотрении дела не установлены.

Таким образом, Кировское УФАС России считает, что рассматриваемое административное правонарушение произошло по вине ООО «Денталия».

Время совершения административного правонарушения: место размещения рекламы следующего содержания: «Центр эстетической стоматологии <...>. Базальная имплантация. Улыбка за 3 дня. Центр эстетической стоматологии <...> предлагает новую технологию. Базальная имплантация – инновационный метод, который позволяет создать полноценную замену утраченным зубам, восстановить эстетические и жевательные функции даже в самых сложных случаях <...> <...> – единственная сертифицированная клиника, имеющая эксклюзивные права на использование данного метода <...> <...>» газета «<...>» от 29.07.2016 г. № 31 (119) на странице 14, журнал «<...>» от 30.08.2016 г. № 8 стр. 26 (адрес редакции СМИ: <...>) дата размещения – 29.07.2016 г. по 30.08.2017 г.

В ходе рассмотрения дела были исследованы все обстоятельства совершенного правонарушения законодательства РФ о рекламе. Факты, изложенные в протоколе № 83р-17/62-16р от 15.06.2017 об административном правонарушении, подтверждаются в полной

ъеме материалами дела № 62/04-16р.

соответствии со ст. 2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, которое настоящим Кодексом или законами субъектов Российской Федерации о административных правонарушениях установлена административная ответственность. Таким образом, совершенные юридическим лицом ООО «Денталия» действия по разделению содержания рекламы: «Центр эстетической стоматологии <...>. Базальная имплантация. Улыбка за 3 дня. Центр эстетической стоматологии <...>предлагает новую технологию. Базальная имплантация – инновационный метод, который позволяет создать ценную замену утраченным зубам, восстановить эстетические и жевательные функции даже в самых сложных случаях <...> <...>– единственная сертифицированная клиника, имеющая эксклюзивные права на использование данного метода <...> <...>: размещенной в газете «<...>» от 29.07.2016 г. № 31 (119) на странице 14, журнале «<...>» с 08.2016 г. № 8 на стр. 26, в нарушение требований п. 4 ч. 2 ст. 5, п. 20 ч. 3 ст. 5, ч. 7 ст. Федерального закона «О рекламе» содержат состав административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

дате, месте и времени рассмотрения протокола юридическое лицо – ООО «Денталия» введено надлежащим образом при составлении протокола (15.06.2017). ООО «Денталия» на рассмотрение протокола обеспечило явку представителя по доверенности от 15.06.2017 № б/н <...>. <...> факт нарушения признала, просила учесть смягчающие обстоятельства и ограничиться предупреждением.

рассматриваемом случае состав административного правонарушения является формальным, следовательно, правонарушение является общественно-опасным моментом его совершения, независимо от наступления каких-либо последствий.

с учетом конкретных обстоятельств дела, учитывая характер и степень общественной опасности совершенного правонарушения, которое выразилось в пренебрежительном отношении к исполнению публично – правовых обязанностей в сфере рекламного законодательства, основания для освобождения ООО «Денталия» от административной ответственности ввиду малозначительности в соответствии со ст. 2.9 КоАП РФ отсутствуют. В данном случае несоответствие рекламы требованиям законодательства о рекламе нарушает права и законные интересы потребителей на получение достоверной информации о рекламируемых медицинских услугах, что представляет собой общественную угрозу охраняемым правом общественным интересам.

соответствии со ст. 4.2 КоАП РФ в качестве смягчающих обстоятельств установленное наличием лицом содействия органу, уполномоченному осуществлять производство по делу об административном правонарушении в выявлении обстоятельств, подлежащих установлению по делу об административном правонарушении, совершении административного правонарушения впервые.

соответствии со ст. 4.3 КоАП РФ отягчающих вину обстоятельств не установлено.

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 и работникам за впервые совершенное административное правонарушение, выявленное при осуществлении государственного контроля (надзора), муниципального контроля, в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей [раздела II](#) настоящего Кодекса или законом субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях; административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных [частью 2 статьи 3](#) настоящего Кодекса, за исключением случаев, предусмотренных [частью 2](#) настоящего

атьи.

огласно 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 первые 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 «Денталия» включено в Реестр субъектов малого и среднего предпринимательства за совершение правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч.1 ст.14.3 КоАП РФ впервые, с учетом отсутствия оснований, установленных частью 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ, считаю возможным применить к Обществу меру ответственности в виде предупреждения.

Согласно статьям 3, ст. 5, Федерального закона «О рекламе», статьями 2.1, 2.4, 3.4, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

Признать юридическое лицо – ООО «Денталия» (ИНН <...>, ОГРН <...>) виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Применить к ООО «Денталия» (ИНН <...>, ОГРН <...>) 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.

**Исполнитель руководителя управления -
начальник отдела товарных рынков
и естественных монополий**

<...>

.>