



**ФЕДЕРАЛЬНАЯ
АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА**

УПРАВЛЕНИЕ

**Федеральной антимонопольной службы
по Вологодской области**

160035, г. Вологда, ул. Пушкинская, 25, телефакс: (817-2) 72-46-64

e-mail: to35@fas.gov.ru

ООО МЦ «Вита»

«___»_____2015г. №_____

160002, г. Вологда,

ул. Ленинградская, 136

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

**о назначении административного наказания по делу
об административном правонарушении № 26Р/15**

17 августа 2015 года

г. Вологда

Я, и.о. заместителя руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Вологодской области Мухин Артем Сергеевич,

рассмотрев протокол и материалы дела № 26Р/15 об административном правонарушении, совершенным ООО МЦ «Вита» (далее – Общество),

а составления (число, месяц, год) протокола: 05.08.2015 год,

адрес: 160002, г. Вологда, ул. Ленинградская, 136

У С Т А Н О В И Л:

в адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Вологодской области (далее - Управление) 13.04.15г. от БУЗ ВО «Вологодская клиническая больница» поступила жалоба о признаках нарушения рекламного законодательства ООО МЦ «Вита».

Должностным лицом Управления в ходе осуществления государственного контроля по соблюдению законодательства Российской Федерации о рекламе в марте 2015г. выявлено размещение на рекламной растяжке вблизи перекрестка ул. Ленинградская и ул. Кирова в г. Вологде рекламы следующего содержания: «Вита медицинский центр. Лицензия № 35-01-001663 от 11.08.2014г. Травмпункт. Через час будете здоровы! 34-04-04».

Информация, указанная в рекламе не содержит всех существенных сведений о предоставлении услуги травмпункта «через час будете здоровы», при этом вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Решением комиссии Управления ФАС по Вологодской области от 16.06.2015 года № 15/2015 данная реклама признана ненадлежащей, так как не соответствует требованиям части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 года №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»).

Рекламодаватель - Общество.

В пункте 1 статьи 3 Закона «О рекламе» определено, что 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.

Пункт 2 статьи 3 Закона «О рекламе» определяет, что объектом рекламирования является товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимание к которым направлена реклама, а пункт 3 статьи 3 - товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

На основании ч. 7 ст. 5 Закона «О рекламе» не допускается реклама, в которой

отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Информация, указанная в рекламе не содержит всех существенных сведений о предоставлении услуги травмпункта «через час будете здоровы».

Отсутствие в тексте рекламы указанных существенных сведений искажает смысл информации, так как не дает потребителям рекламы верного, соответствующего действительности представления об условиях приобретения товара (выполнения работ, оказания услуг), и вводит потенциальных клиентов в заблуждение, так как не позволяет им, руководствуясь текстом рекламы, обоснованно, с учетом своих возможностей, принять решение о необходимости приобретения товара (выполнения работ, оказания услуг) на предложенных условиях.

Следовательно, реклама распространенная Обществом не соответствует части 7 статьи 5 Закона «О рекламе».

В силу пункта 4 статьи 3 Закона «О рекламе», ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Рекламодателем данной рекламы, т.е. изготовителем или продавцом товара либо иным определившим объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицом, является Общество, что подтверждается договором от 20.03.15г., актом приема - передачи от 20.03.15г., актом № 000096 от 31.03.15г., договором № 32 от 12.01.15г., счетом № 475 от 12.02.15г., актом № 614 от 12.02.15г., макет рекламы.

На основании части 4 статьи 38 ФЗ «О рекламе» нарушение рекламодателем законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

В силу части 6 статьи 38 Закона «О рекламе», рекламодатель несет ответственность за нарушение части 7 статьи 5 названного Федерального закона.

За нарушения рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем, предусмотренные Законом «О рекламе», наступает ответственность по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП).

Согласно материалам дела субъектом данного правонарушения является Общество.

Объектом правонарушения являются общественные отношения, возникающие в процессе производства, размещения и распространения рекламы.

Объективной стороной правонарушения является распространение ненадлежащей рекламы.

В силу части 1 статьи 1.5 КоАП РФ лицо подлежит административной ответственности только за те административные правонарушения, в отношении которых установлена его вина.

Материалами дела подтверждается, что реклама, размещенная Обществом, не содержит всех существенных сведений о предоставлении услуги травмпункта «через час будете здоровы».

Рассмотрение дела о признании рекламы Общества ненадлежащей было по жалобе БУЗ ВО «Вологодская клиническая больница». Сфера предпринимательской деятельности, на которой совершено нарушение - социально значимая.

В приказе Минздрава России от 12.11.2012 N 901н «Об утверждении Порядка оказания медицинской помощи населению по профилю "травматология и ортопедия"» указано, что кабинет неотложной травматологии и ортопедии (далее - травмпункт) создается для осуществления неотложной медицинской помощи по профилю "травматология и ортопедия". Основными функциями травмпункта являются: обеспечение диагностической и лечебной помощи больным с травмами и острыми заболеваниями костно-мышечной системы, обратившихся для оказания неотложной медицинской помощи. При невозможности оказания медицинской помощи в рамках первичной медико-санитарной помощи и наличии медицинских показаний больной направляется в медицинскую организацию, оказывающую специализированную медицинскую помощь.

Таким образом, использование в рекламе фразы «через час будете здоровы» вводит потребителей в заблуждение относительно времени оказания ему медицинской помощи при обращении в травмпункт.

Согласно статье 2.9 КоАП РФ при малозначительности совершенного административного правонарушения судья, орган, должностное лицо, уполномоченные решить дело об административном правонарушении, могут освободить лицо, совершившее административное правонарушение, от административной ответственности и ограничиться устным замечанием.

Высший Арбитражный Суд Российской Федерации в пункте 18 постановления Пленума от 02.06.2004 N 10 "О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях" разъяснил, что при квалификации правонарушения в качестве малозначительного судам необходимо исходить из оценки конкретных обстоятельств его совершения. Малозначительность правонарушения имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям. Квалификация правонарушения как малозначительного может иметь место только в исключительных случаях (пункт 18.1).

Общество не представило доказательств, подтверждающих наличие исключительных обстоятельств, свидетельствующих о малозначительности совершенного правонарушения.

Согласно статье 1 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ целями настоящего Федерального закона являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации

о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Правонарушения, предусмотренные частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, нарушают установленный порядок распространения рекламы, соблюдение которого является обязанностью каждого участника данных правоотношений.

Общество существует с 2009 года, поэтому имеет необходимый опыт в ведении рекламной деятельности, следовательно, Общество имело возможность и должно было соблюдать требования действующего законодательства в области рекламной деятельности.

Предусматривая административную ответственность за нарушение законодательства о рекламе, законодатель тем самым учитывал закрепленные цели и охраняемые законом интересы потребителей, исходил из необходимости получения им добросовестной и достоверной рекламы, недопущения ненадлежащей рекламы.

Таким образом, с учетом особой значимости охраняемых отношений в сфере распространения рекламы, допущенное Обществом нарушение не может являться малозначительным.

Согласно части 1 статьи 14.3. КоАП РФ, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства 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 юридических лиц от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Общество устранилось от выполнения своих публично-правовых обязательств, не проконтролировав результат. Безразличное отношение Общества к исполнению своих обязанностей в данном случае создало угрозу в области защиты прав потребителей при получении медицинского обслуживания.

В соответствии с частью 2 статьи 2.1 КоАП РФ - юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых настоящим Кодексом или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Доказательств принятия всех зависящих от Общества мер по недопущению административного правонарушения не представлено.

Общество пренебрежительно отнеслось к исполнению своих публично-правовых обязательств, тем самым не предприняло никаких мер, направленных на недопущение совершения административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Согласно статье 4.1 КоАП РФ при назначении административного наказания юридическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, имущественное и финансовое положение юридического лица, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

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.

В силу части 3.3 статьи 4.1 КоАП РФ при назначении административного наказания в соответствии с [частью 3.2](#) настоящей статьи размер административного штрафа не может составлять менее половины минимального размера административного штрафа, предусмотренного для юридических лиц соответствующей статьей или частью статьи [раздела II](#) настоящего Кодекса.

Смягчающим административную ответственность (ст. 4.2. КоАП РФ) обстоятельством признается раскаяние Общества.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, предусмотренных ст. 4.3 КоАП РФ, не установлено.

Оценив характер и степень общественной опасности административного правонарушения, допущенного Обществом, принимая во внимание, что Общество нарушение признало и раскаивается, правонарушение совершено впервые; непродолжительный период размещения рекламы.

Таким образом, учитывая все обстоятельства дела, на основании ст.4.1, 4.2, ст.4.3, ч. 1 ст.14.3, ст. 23.48, ст. 25.4, ст. 29.7 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

П О С Т А Н О В И Л:

Подвергнуть ООО МЦ «Вита» административному наказанию в виде штрафа пятьдесят тысяч рублей.

Настоящее постановление в 10-дневный срок может быть обжаловано руководителю Управления ФАС по Вологодской области либо в суд.

Штраф должен быть внесен в 60-дневный срок со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки в доход федерального бюджета: ИНН 3525048696, КПП 352501001, Управление Федерального казначейства по Вологодской области (Вологодское УФАС России) (л. сч. 04301113740)

Счет 40101810700000010002 отделение Вологда, г. Вологда.

БИК 041909001 код 161 1 16 26000 01 6000 140, ОКТМО 19701000

Копия документа, свидетельствующая об уплате административного штрафа, должна быть направлена в адрес Управления ФАС по Вологодской области в срок, установленный для уплаты штрафа.

В силу ст. 20.25 Кодекса РФ об административных правонарушениях, неуплата административного штрафа в срок, влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа.

И.о. зам. руководителя

А.С. Мухин

Управления ФАС по ВО

подпись

Ф.И.О.

Гербовая печать

Постановление получил: _____ " ____ " _____ 2015 г.

подпись