

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о вынесении предупреждения по делу № 156-17/59-04-17р

об административном правонарушении

«01» ноября 2017 года

г.Киров

Руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы России по Кировской области <...>, рассмотрев протокол № 156р-17/59-04-17р от 01.11.2017, в отношении должностного лица – индивидуального предпринимателя <...> в связи с нарушением ч. 7 ст. 24 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 № 59/04-2017р (резольютивная часть решения оглашена 12 октября 2017 года; в полном объеме изготовлено 16 октября 2017 года) признана ненадлежащей реклама: *«Слуховые аппараты. Цифровые, заушные, карманные. Германия, Швейцария, Россия Батарейки, шнуры, вкладыши, запчасти. <...>»*, размещенная в газете «Вестник труда Нема» № 7 (10599) от 16 февраля 2017 года, поскольку она нарушает требования ч.7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».

Нарушение заключается в следующем.

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства РФ о рекламе, в соответствии со статьей 33 Федерального закона «О рекламе», Кировским УФАС России было установлено, что в газете «Вестник труда Нема» № 7 (10599) от 16 февраля 2017 года размещена рекламная информация следующего содержания: *«Слуховые аппараты. Цифровые, заушные, карманные. Германия, Швейцария, <...>»*.

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 его 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 к которым направлена реклама. Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

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

Информация в газете «Вестник труда Нема» следующего содержания: *«Слуховые аппараты. . Цифровые, заушные, карманные. Германия, Швейцария, Россия. Батарейки, шнуры, вкладыши, запчасти. <...>»* адресована неопределенному кругу лиц (читателям газеты «Вестник труда Нема»), направлена на привлечение внимания покупателей к объекту

рекламирования (товарам –слуховым аппаратам), способствует формированию интереса к рекламируемым услугам и их продвижению на рынке, и по своему содержанию является рекламой.

Согласно части 7 статьи 24 Федерального 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, которое должно составлять не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

Требования статьи 24 Федерального закона «О рекламе» распространяются на рекламу лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий. Соответственно для квалификации нарушения по указанной статье Федерального закона необходимо установить, что объектом рекламирования являются медицинские изделия.

Согласно Постановлению Правительства РФ от 01.12.2009 № 982 «Об утверждении единого перечня продукции, подлежащей обязательной сертификации, и единого перечня продукции, подтверждение соответствия которой осуществляется в форме принятия декларации соответствия» слуховые аппараты относятся к приборам и аппаратам для лечения, устройствам для замещения функций органов.

Слуховой аппарат - электроакустическое устройство, носимое человеком и предназначенное для компенсации ослабленного слуха.

Его основное назначение - преобразование сигнала, создаваемого источником звуковой информации, таким образом, чтобы этот сигнал смог быть воспринят слабослышащим человеком с достаточно высокой степенью слухового ощущения.

В соответствии с [пунктом 9444](#) постановления Правительства Российской Федерации от 01.12.2009 N 982 "Об утверждении единого перечня продукции, подлежащей обязательной сертификации, и единого перечня продукции, подтверждение соответствия которой осуществляется в форме принятия декларации соответствия" слуховые аппараты относятся к приборам и аппаратам для лечения, устройствам для замещения функций органов и систем организма.

Учитывая изложенное, слуховые аппараты являются изделиями медицинского назначения, следовательно, реклама должна сопровождаться предупреждением, установленным ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе», в размере не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

При рассмотрении дела установлено, что спорный рекламный модуль в газете «Вестник труда Нема» № 7 (10599) от 16 февраля 2017 года на 12 странице следующего содержания: «Слуховые аппараты. Батарейки, шнуры, вкладыши, запчасти. <...>», содержит необходимое предупреждение, но оно составляет менее пяти процентов рекламной площади (рекламного пространства), а именно 3 %, следовательно, информация размещена с нарушением части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

С учетом названных обстоятельств и положений ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе», следует признать, что рассматриваемая реклама не отвечает требованиям данного закона.

Решением установлено, что индивидуальный предприниматель < ... > являясь лицом, определившим объект рекламирования, является рекламодателем по смыслу Федерального закона «О рекламе» и несет ответственность за нарушение требований, установленных ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».

На основании ч. 5 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение установленных законодательством о рекламе требований к рекламе лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, в том числе методов лечения, а также биологически активных добавок влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от десяти тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от двухсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

О дате, времени и месте составления и рассмотрения протокола должностное лицо <...> уведомлена надлежащим образом, явку не обеспечила, представителя не направила. Направила ходатайство о составлении и рассмотрении протокола в ее отсутствие, в котором указала, что является субъектом малого предпринимательства, правонарушение совершено впервые (вх. № 7407 от 25.10.2017). Протокол рассмотрен в отсутствие должностного лица- ИП <...>.

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

Срок давности привлечения лица к административной ответственности исчисляется с 16.02.2017 (дата размещения рекламы в газете «Вестник труда Нема»).

Событием административного правонарушения, предусмотренного ч. 5 ст. 14.3 КоАП РФ является установленный факт нарушения законодательства РФ о рекламе в действиях ИП <...> выразившийся в определении содержания ненадлежащей рекламы: «*Слуховые аппараты. ГЦифровые, заушные, карманные. Германия, Швейцария, Батарейки, шнуры, вкладыши, запчасти. <...>*», нарушающей требования ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».

Объектом административного правонарушения, предусмотренного ч. 5 ст. 14.3 КоАП РФ, являются общественные отношения в области рекламы.

Объективной стороной административного правонарушения являются действия должностного лица- ИП <...> по определению содержания спорной рекламы в нарушение требований ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со ст. 2.4 КоАП РФ лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, совершившие административные правонарушения, несут административную ответственность как должностные лица, если настоящим Кодексом не установлено иное. Индивидуальный предприниматель <...> в соответствии со ст. 2.4 КоАП РФ несет административную ответственность как должностное лицо.

Субъективная сторона административного правонарушения характеризуется виной субъекта в форме неосторожности, поскольку ИП <...> не предвидела возможности наступления вредных последствий, хотя должна была и могла их предвидеть. Объективные обстоятельства, делающие невозможным исполнение установленных законодательством требований, при рассмотрении дела не установлены.

Таким образом, рассматриваемое правонарушение совершено по вине должностного лица – ИП <...> в форме неосторожности.

Место совершения административного правонарушения: место размещения рекламной информации следующего содержания: «*Слуховые аппараты. Цифровые, заушные, карманные. Германия, Швейцария, Россия. Батарейки, шнуры, вкладыши, запчасти. <...>*» газета «Вестник труда Нема» № 7 (10599) от 16 февраля 2017 года, адрес редакции: <...>.

В ходе рассмотрения дела были исследованы все обстоятельства совершенного нарушения

законодательства РФ о рекламе. Факты, изложенные в протоколе № 156-17/59-04-2017р от 01.11.2017 об административном правонарушении, подтверждаются в полном объеме материалами дела № 59/04-2017р.

В соответствии со ст. 2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое настоящим Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Совершенные должностным лицом ИП <...> действия по определению содержания рекламы, размещенной в газете «Вестник труда Нема» № 7 (10599) от 16 февраля 2017 года следующего содержания: «Слуховые аппараты. Цифровые, заушные, карманные. Германия, Швейцария, Россия <...>», в нарушение требований части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», содержат состав административного правонарушения, предусмотренного ч. 5 ст. 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

В рассматриваемом случае состав административного правонарушения является формальным, следовательно, правонарушение является общественно-опасным с момента 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 ИП <...> от административной ответственности ввиду малозначительности в соответствии со ст. 2.9 КоАП РФ отсутствуют.

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

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

В 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 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 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 впервые 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 <...> индивидуальный предприниматель <...>

включена в Реестр субъектов малого и среднего предпринимательства и правонарушение, ответственность за которое предусмотрена ч. 5 ст.14.3 КоАП РФ, совершено должностным лицом впервые, с учетом отсутствия оснований, установленных частью 2 статьи 4.1.1 КоАП РФ, считаю возможным применить к должностному лицу меру ответственности в виде предупреждения.

Руководствуясь ст. 3, ч.7 ст.24, ст. 33, ст.38 Федерального закона «О рекламе», статьями 2.1, 2.4, 3.4, 4.1.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

#### **ПОСТАНОВИЛ:**

1. Признать должностное лицо – индивидуального предпринимателя <...> виновной в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 5 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. Применить к должностному лицу – индивидуальному предпринимателю <...> 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.*

Руководитель управления

<...>

