

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о вынесении предупреждения по делу № 84р-17/62-04-16р

об административном правонарушении

3» июля 2017 г.

г. Киров

Имститель руководителя – начальник отдела товарных рынков и естественных монополий управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области <...> рассмотрел протокол № 84р-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 должностного лица – <...> – ректора Общества с ограниченной ответственностью «Денталия» (далее по тексту – ООО «Денталия») (юридический адрес: г.<...>) (<...>; место работы – директор ООО «Денталия»; местное положение – сведения не представлены; наличие лиц, находящихся на иждивении – сведения не представлены; средний доход – сведения не представлены; документ, удостоверяющий личность – паспорт <...>) 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 (резольтивная часть решения оглашена 29 декабря 2016 года; в полном объеме решение изготовлено 19 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 сделать полноценную замену утраченным зубам, восстановить эстетические и жевательные 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 и журнале «<...>» от 08.08.2016 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 объем рекламирования, является рекламодателем по смыслу Федерального закона «О рекламе»: 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».

Правонарушение заключается в следующем.

Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области поступило в управление 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 имплантации.

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

Информация, размещенная в газете «<...>» от 29.07.2016 г. № 31 (119) на странице 14

рнала «<...>» от 30.08.2016 г. № 8 на стр. 26 следующего содержания: «Центр эстетическ  
эстетологии <...>. Базальная имплантация. Улыбка за 3 дня. Центр эстетическ  
эстетологии <...>предлагает новую технологию. Базальная имплантация – инновационн  
метод <...> Денталия – единственная сертифицированная клиника, имеющая эксклюзивн  
права на использование данного метода <...>», адресована неопределенному кругу ли  
как бесплатная городская газета «<...>» распространяется по почтовым ящико  
чителей города Кирова и ближайшего пригорода, журнал «<...>» распространяется  
почтовым ящикам по специально сформированной адресной базе, а также по именн  
адресе индивидуально в почтовые ящики и по статусным местам города Кирова, т  
формация является общедоступной для всех без исключения категорий населени  
формация направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (ОС  
денталия» и оказываемым им медицинским услугам) и его продвижению на рынке товар  
работ и услуг, то есть соответствует требованиям ст. 3 ФЗ «О рекламе» и являет  
рекламой.

надлежащей признается реклама не соответствующая требованиям законодательств  
(ст. 3 Федерального закона «О рекламе»).

щие требования к рекламе установлены в Федеральном законе «О рекламе», в котор  
ределено, что реклама должна быть достоверной. Недостоверная реклама  
пускается.

гласно п. 4 ч. 2 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» недобросовестной признает  
реклама, которая является актом недобросовестной конкуренции в соответствии  
тимонопольным законодательством.

ятие конкуренции установлено пунктом 7 статьи 4 Федерального закона от 26.07.20  
135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Федеральный закон «О защите конкуренции»)  
ответствии с которым конкуренцией является соперничество хозяйствующих субъект  
и котором самостоятельными действиями каждого из них исключается и  
заничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать  
щие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке.

и этом согласно пункту 4 вышеуказанной статьи Федерального закон «О защи  
нкуренции» товарный рынок – это сфера обращения товара, который не может бы  
менен другим товаром, или взаимозаменяемых товаров, в границах которой исходя  
экономической, технической или иной возможности либо целесообразности потребите  
может приобрести товар.

соответствии с п. 9 ст. 4 вышеуказанного Федерального закона недобросовестн  
нкуренцией признаются любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), котор  
правлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательск  
ательности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям деловс  
орота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили  
могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам – конкурентам либо нанесли  
могут нанести вред их деловой репутации.

явитель ООО «Олис-Дент» согласно Выписке из ЕГРЮЛ осуществляет следующий ви  
ательности: 83.23 Стоматологическая практика, на основании лицензии № <...>  
уществление медицинской деятельности. Ответчик ООО «Денталия» согласно Выписке  
ЮЛ также осуществляет вид деятельности: 83.23 Стоматологическая практика,  
новании лицензии № <...>, что подтверждает осуществление деятельнос  
зяйствующими субъектами (ООО «Олис-Дент» и ООО «Денталия») на одном товарн  
нке (наличие конкурентных отношений), рынке оказания медицинских стоматологическ  
луг.

рассматриваемой рекламе содержится информация: «...<...>предлагает нов  
нологию. Базальная имплантация – инновационный метод ... <...>– единственн  
ртифицированная клиника, имеющая эксклюзивные права на использование даннс  
метода», которая говорит об исключительности и эксклюзивности предоставляемых ОС

енталия» услуг на территории Кировской области, а именно применения *метода базальной имплантации*. После прочтения такой рекламной информации создает впечатление о том, что у других участников рынка (конкурентов - стоматологических клиник города Кирова и области) отсутствует право и возможность использовать метод базальной имплантации.

соответствии с Номенклатурной классификацией медицинских изделий, утвержденной приказом Минздрава России от 06.06.2012 N 4н, к медицинским изделиям к группе стоматологические медицинские изделия (15) относятся Имплантаты стоматологические путствующие 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 получить данную услугу (базальную имплантацию) могут только в рекламируемой стоматологической клинике. Создание условий, способствующих перераспределению потока клиентов и приобретению клиентов конкурента, а также дополнительному привлечению потенциальных клиентов, может причинить убытки другим хозяйствующим субъектам - конкурентам или нанести вред их деловой репутации, дает необоснованные преимущества перед конкурентами, действующими на том же рынке и является актом недобросовестной конкуренции.

Кроме 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 «<...>» (исполнитель), товарная накладная № 8-34-107 от 14.10.2015 г. от ООО «<...>», товарная накладная № 10-34-107 от 20.11.2015 г. от ООО «<...>». Данные документы свидетельствуют о том, что у ООО «Олис-Дент» имеется действующий договор (с 14-го числа в период 2016 года) с ООО «<...>» на поставку продукции (базальных имплантатов), а также о том, что заявитель приобрел базальные имплантаты в период 14-2015 г. у ООО «<...>», что подтверждает наличие у заявителя необходимых материалов для использования метода базальной имплантации;

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

стоматологические медицинские карты клиентов, приложения к медицинским стоматологическим картам (в которые вклеены наклейки с упаковок базальных имплантатов <...>), информационные согласия на проведение имплантации клиентов. Данные документы подтверждают, что ООО «Олис-Дент» оказывало услуги по базальной имплантации клиенту, в момент выхода спорной рекламы ООО «Денталия» (апрель-август 2016 года).

Представитель заявителя <...>. на заседаниях Комиссии пояснил, что ООО «<...>» 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 «<...>» (исх. № б/н от 20.09.2016 г.)

В результате анализа представленных в материалы дела документов следует, что метод базальной имплантации на территории Кировской области используется не только ООО «Денталия»,

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 <...> предлагает новую технологию. Базальная имплантация – инновационный метод <...> <...> единственная сертифицированная клиника, имеющая эксклюзивные права на использование данного метода <...>» нарушает п. 4 ч. 2 ст. 5 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.

С Кировским УФАС установлено: с 01.01.2016 г. между ООО «Денталия» и ООО «<...>» был заключен договор поставки № Э-002 на условиях эксклюзивного использования территории города Кирова и Кировской области методики базальной имплантации «<...>». Это подтверждается сертификатом АААА000002 и актом приема-передачи от 01.01.2016 г. Единственным стоматологическим кабинетом <...>, в период с сентября 2014 г. по 01.01.2016 г. в городе Кирове базальной имплантации работали две стоматологии – ООО «Денталия» и ООО «Олис-Дент». Право использования методики базальной имплантации «<...>» было передано ООО «Денталия» с 01.01.2016 г., поэтому ООО «Денталия» считало, что с указанной даты методика 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 о "самом единственном" и т.п., действует презумпция несоответствия действительности таких утверждений в превосходной степени и утверждений, если рекламодатель не подтвердит 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 сведений, содержащихся в рекламе.

Против, представленные Заявителем документы (договор с ООО «<...>», 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 патентован. На территории РФ осуществляют поставку базальных имплантатов для официальных представителей ООО «<...>» и ООО «<...>», также не обладающих исключительным правом на использование метода базальной имплантации. Следовательно, любая стоматологическая клиника может использовать метод базальной имплантации, имея в наличии базальные имплантаты.

Таким образом, спорная реклама содержит недостоверные сведения о лице, оказывающем медицинские услуги, а именно о наличии у ООО «Денталия» статуса 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 и вводят в заблуждение потребители рекламы.

В спорной рекламе отсутствует часть существенной информации о названии метода базальной имплантации, в отношении которого у ООО «Денталия» имеется сертификат

...» для использования определенной методики базальной имплантации <...> территории Кировской области.

Отсутствие данной существенной информации в тексте рекламы искажает смысл рекламы, от которой следует вывод, что <...> является единственной сертифицированной клиникой для использования 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 «<...>» (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 меняется возможность установки в те или иные области базальной костной ткани соответственно и изменяется методика базальной имплантации. У каждого клиента ООО «<...>» потенциально есть возможность получить методику «О<...>». Для передачи методики <...> необходимо посетить семинары, сдать письменный экзамен, получить сертификат.

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. № 2404-41-01-14.05.2015 г.) председателю Правления ООО «Кировское объединение стоматологических врачей, зубных техников», представленное заявителем. В данном письме указана дата разрешений на применение медицинских технологий, включая методы профилактики, диагностики и лечения, предусматривалась Основами законодательства о защите здоровья граждан, утвержденными Верховным Советом РФ 22.07.93 № 5487 с вступившим в силу с принятием Федерального закона от 21.11.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации».

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

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

С учетом вышеизложенного, реклама, размещенная в газете «<...>» от 29.07.2016 г. № 31 (1-я страница 14 и журнале «<...>» от 30.08.2016 г. № 8 на стр. 26 следующего содержания: «Центр эстетической стоматологии <...>. Базальная имплантация. Улыбка за 3 дня. Цена эстетической стоматологии <...> предлагает новую технологию. Базальная имплантация – инновационный метод, который позволяет создать полноценную замену утраченным зубам и восстановить эстетические и жевательные функции даже в самых сложных случаях <...> <...> – единственная сертифицированная клиника, имеющая эксклюзивные права на использование данного метода <...>», не соответствует требованиям п. 4 ч. 2 ст. 5, п. 20 ч. 3 ст. 1 ч. 7 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

В 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 рекламодатель.

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

В ходе рассмотрения дела было установлено и ООО «Денталия» не оспаривается, ч

держание 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 журнале «<...>» от 30.08.2016 г. № 8 на стр. 26, определено ООО «Денталия».

Данный 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 (СМИ «<...>»)) и ООО «Денталия» (Заказчик), заявкой № 4, счетом, выставленным ООО «<...>» Обществу «Денталия» № 43/97 от 28.06.2016 года, актом № 43/97 от 31.07.2016 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». Данный факт нарушения законодательства РФ о рекламе в полном объеме подтверждается имеющимися материалами и решением по делу № 62/04-16р.

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 08.2016 (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, нарушителем является рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем. В соответствии с законодательством РФ о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных [частями 2](#) настоящей статьи, [частью 4 статьи 14.3.1](#), [статьями 14.37](#), [14.38](#), [19.31](#) настоящего Кодекса, накладывается административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двести тысяч рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Следствием административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ является установленный факт нарушения законодательства РФ о рекламе в действии должностного лица ООО «Денталия» - директора <...>, выразившийся в определении содержания 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 <...> <...>», размещенной в газете «<...>» от 29.07.2016 г. № 31 (119) на странице 14 и журнале «<...>» от 30.08.2016 г. № 8 на с

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

Субъективной стороной административного правонарушения являются действия должностного лица ООО «Денталия» директора <...> по определению содержания рекламы, нарушение требований п. 4 ч. 2 ст. 5, п. 20 ч. 3 ст. 5, ч. 7 ст. 5 Федерального закона «О рекламе»

Согласно ст. 2.4 КоАП РФ должностное лицо подлежит административной ответственности

учае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением лицом надлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

Согласно Решению № б/н учредителя от 05.03.2015 г. <...> является директором ООО «Денталия», которое, являясь рекламодателем, определило содержание спорной рекламы. Именно <...> должна была предотвратить нарушение рекламного законодательства, однако допустила.

Силу части 2 ст. 2.2 КоАП РФ административное правонарушение признается совершенным по неосторожности, если лицо, его совершившее, предвидело возможность наступления вредных последствий своего действия (бездействия), но без достаточных оснований самонадеянно рассчитывало на предотвращение таких последствий, либо предвидело возможности наступления таких последствий, хотя должно было и могло их предвидеть.

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

Таким образом, рассматриваемое правонарушение совершено по вине должностного лица – <...> – директора ООО «Денталия» в форме неосторожности.

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 ценную 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 на 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 нарушения законодательства РФ о рекламе. Факты, изложенные в протоколе № 84р-17/62-01 от 15.06.2017 об административном правонарушении, подтверждаются в полном объеме материалами дела № 62/04-16р.

В 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 об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Таким образом, совершенные должностным лицом ООО «Денталия» <...> действия в отношении 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 <...> <...>», размещенная в газете «<...>» от 29.07.2016 г. № 31 (119) на странице 14, журнале «<...>» от 30.08.2016 г. № 8 на стр. 26, в нарушение требований п. 4 ч. 2 ст. 5, п. 20 ч. 3 ст. 5, ч. 7 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», содержат состав административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

В момент даты, месте и времени рассмотрения протокола <...> уведомлена надлежащим образом. Уведомление получено лично <...> 23.06.2017.

В ходе рассмотрения протокола <...> явку не обеспечила, направила представителя по доверенности от 27.06.2017 № 06 <...>, которая факт нарушения признала.

В рассматриваемом случае состав административного правонарушения является

ормальным, следовательно, правонарушение является общественно-опасным с момента 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 должностного лица <...> от административной ответственности ввиду малозначительности в соответствии со ст. 4.1 КоАП РФ отсутствуют. В данном случае несоответствие рекламы требованиям законодательства о рекламе нарушает права и законные интересы потребителей в получении достоверной информации о рекламируемых медицинских услугах, что представляет собой существенную угрозу охраняемым правом общественным интересам в соответствии со ст. 4.2 КоАП РФ в качестве смягчающих обстоятельств установление взыскания лицом содействия органу, уполномоченному осуществлять производство по делу об административном правонарушении в выявлении обстоятельств, подлежащих установлению по делу об административном правонарушении, совершенном 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 значение 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 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 в отсутствие имущественного ущерба.

Поскольку согласно информации на сайте <https://rmsp.nalog.ru/> ООО «Денталия» включен в реестр субъектов малого и среднего предпринимательства и правонарушение административной ответственности за которое предусмотрена ч. 1 ст.14.3 КоАП РФ, совершено Обществом впервые, с учетом отсутствия оснований, установленных частью 2 статьи 4.1.1 КоАП РФ нецелесообразно и невозможно применить к должностному лицу Общества меру ответственности в виде предупреждения.

Ссылаясь на ст. 3, ст. 5, ст. 33, 38 Федерального закона «О рекламе», статьями 2.1, 2.4, 3.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

#### **ПОСТАНОВИЛ:**

Признать должностное лицо – директора ООО «Денталия» <...> (<...>) виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3

Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.  
Применить к должностному лицу – директору ООО «Денталия» <...> (паспорт <...>) ответственности в виде предупреждения.

Согласно части 3 статьи 30.1 и части 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**

<...>

№ (8332) 38-14-23