

ИП Г...
г. Сочи, Краснодарский край,
354217

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

по делу об административном правонарушении

№ 187Р-А/2018

17 июля 2018 г.

г. Краснодар

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Краснодарскому краю (далее - Краснодарское УФАС России) ..., рассмотрев в отсутствие индивидуального предпринимателя Г..., надлежащим образом уведомленной о дате, времени и месте рассмотрения дела № 187Р-А/2018 (адрес: Краснодарский край, г. Сочи...), материалы дела об административном правонарушении № 187Р-А/2018, возбужденного протоколом Краснодарского УФАС России № 70/2017 от 20.06.2018г. в отношении ИП Г... по ч. 1 и ч. 5 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ) по факту распространения в журнале «Fashion&Beauty. Сочи» за сентябрь 2017 года и за октябрь 2017 года рекламы алкогольной продукции, рекламы информационной продукции, рекламы медицинских услуг, медицинских изделий, БАД с нарушением ч. 10.1 ст. 5, ч. 2 ст. 21, ч. 7, ч. 8 ст. 24, ч. 1.1 ст. 25 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

УСТАНОВИЛ:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе и в связи с поступившим заявлением физического лица (вх. № 12723 от 28.11.2017г.) о признаках нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе при распространении рекламы алкогольной продукции в журнале «Fashion&Beauty.Сочи» за октябрь 2017 года, Управлением Федеральной антимонопольной службы по Краснодарскому краю было возбуждено дело № 18Р/2018 в отношении ИП Г... по признакам нарушения ч. 10.1 ст. 5, ч. 2 ст. 21, ч. 7, ч. 8 ст. 24, ч. 1.1 ст. 25 Федерального закона «О рекламе». 29.03.2018г. принято решение по делу, которым реклама, распространяемая ИП Г... в журнале «Fashion&Beauty. Сочи» за сентябрь и октябрь 2017 года, признана ненадлежащей.

По факту признания рекламы ненадлежащей материалы дела 18Р/2018 были переданы уполномоченному должностному лицу для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1, 5 ст. 14.3 КоАП РФ.

20.06.2018г. по факту нарушения 10.1 ст. 5, ч. 2 ст. 21, ч. 7, ч. 8 ст. 24, ч. 1.1 ст. 25 Федерального закона «О рекламе» протоколом об административном правонарушении № 70/2018 в отношении ИП Г... Краснодарским УФАС России было возбуждено дело об административном правонарушении № 187Р-А/2018.

При рассмотрении дела № 187Р-А/2018 Краснодарским УФАС России установлено следующее.

В журнале «Fashion&Beauty.Сочи» за октябрь 2017 года» на страницах 76, 77 в статье «Кухня с акцентом» распространена реклама ресторана «Мистер Хинкали», а также реклама алкогольной продукции (вино La Nina kindzmaurauli), в том числе содержания: *«Сеть ресторанов «Мистер Хинкали» успешно работает в столице, а вот в замкадье первым экспериментом стал Сочи. Чтобы готовить грузинскую кухню для таких избалованных и знающих гостей, как сочинцы, надо иметь изрядную уверенность в себе. Идем пробовать...»* с изображением бутылок вина La Nina kindzmaurauli.

Также в журнале «Fashion&Beauty.Сочи» за сентябрь 2017 года распространена реклама алкогольной продукции:

- на странице 89: «шампанское Veuve Clicquot»;

- на странице 92: «дегустация эксклюзивного сигарного рома Havana Club Union COHIBA ATMOSHPERE»;

- на странице 96: «гости угощались коктейлями Ambassador Martini».

В соответствии с п.п. 1, 2, 3 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» рекламой признается 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; 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; товар - это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Согласно п. 1 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться в периодических печатных, за исключением рекламы пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, а также вина и игристого вина (шампанского), произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда, которая не должна размещаться на первой и последней полосах газет, а также на первой и последней страницах и обложках журналов.

В соответствии с п. 7 ст. 2 Федерального закона от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной продукции и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» алкогольной продукцией является пищевая продукция, которая произведена с использованием или без использования этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции, с содержанием этилового спирта более 0,5 процента объема готовой продукции, за исключением пищевой продукции в соответствии с [перечнем](#), установленным Правительством Российской Федерации. Алкогольная продукция подразделяется на такие виды, как спиртные напитки (в том числе водка), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

Таким образом, при распространении рекламы алкогольной продукции в журнале «Fashion&Beauty.Сочи» за сентябрь 2017 года на

страницах 89, 92, 96, а также за октябрь 2017 года на страницах 76, 77 нарушены требования п. 1 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе», поскольку размещение рекламы алкогольной продукции в периодических печатных запрещено. Рекламуемая алкогольная продукция не относится к пиву и напиткам, изготавливаемым на основе пива, а также к вину и игристому вину (шампанскому), произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда.

Также Краснодарским УФАС России установлено, что в журнале «Fashion&Beauty.Сочи» за сентябрь 2017 года размещена реклама информационной продукции:

- на странице 8: «Концерт Меладзе», «Конкурс Топ Модель Сочи», «Спектакль Екатерина Великая», «Олимпийский парк соревнования Триатлон»;

- на странице 14: «Конкурс Топ Модель Сочи»;

- на страницах 88-89: «Вечеринка у бассейна 26 августа 2017»;

- на странице 92: «Кубинское настроение BY SOCHI. CIGARS.CLAB»;

- на странице 94: мероприятие «вечерника Морские танцы»;

- на странице 96: мероприятие «Начало бархатного сезона отель Имеретинский», без указания [категории](#) информационной продукции.

В соответствии с ч. 10.1 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального [закона](#) от 29 декабря 2010 года N 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», без указания [категории](#) информационной продукции.

Согласно п. 2 ст. 2 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» под знаком информационной продукции понимается графическое и (или) текстовое обозначение информационной продукции в соответствии с классификацией информационной продукции, предусмотренной частью 3 статьи 6 Федерального закона № 436-ФЗ.

Согласно п. 5 ст. 2 Федерального закона № 436-ФЗ информационная продукция это предназначенные для оборота на территории Российской Федерации продукция средств массовой информации, печатная информация, аудиовизуальная продукция на любых видах носителей, программы для электронных вычислительных машин (программы для ЭВМ) и базы данных, а также информация, распространяемая посредством зрелищных мероприятий,

посредством информационно-телекоммуникационных сетей, в том числе сети «Интернет», и сетей подвижной радиотелефонной связи.

В соответствии с п. 3 ст. 2 Федерального закона № 436-ФЗ зрелищное мероприятие - это демонстрация информационной продукции в месте, доступном для детей, и в месте, где присутствует значительное число лиц, не принадлежащих к обычному кругу семьи, в том числе посредством проведения театрально-зрелищных, культурно-просветительных и зрелищно-развлекательных мероприятий.

В силу п. 12 ст. 2 Федерального закона № 436-ФЗ под оборотом информационной продукции понимается предоставление и (или) распространение информационной продукции, включая ее продажу (в том числе распространение по подписке), аренду, прокат, раздачу, выдачу из фондов общедоступных библиотек, публичный показ, публичное исполнение (в том числе посредством зрелищных мероприятий), распространение посредством эфирного или кабельного вещания, информационно-телекоммуникационных сетей, в том числе сети «Интернет», и сетей подвижной радиотелефонной связи.

Краснодарским УФАС России установлено, что при распространении в журнале «Fashion&Beauty.Сочи» за сентябрь 2017 года на страницах 8, 14, 88, 89, 92, 94, 96 рекламы информационной продукции (зрелищные мероприятия) не указана категория данной информационной продукции (возрастное ограничение), следовательно, при распространении указанной рекламы нарушена часть 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Также Краснодарским УФАС России установлено, что в журнале «Fashion&Beauty.Сочи» за сентябрь 2017 года размещена реклама медицинских услуг, а также медицинских изделий:

- на странице 67: «процедура дермотонии на аппарате Fullskin (Skinexians Франция); процедура лазерного липолиза на аппарате STS Lipotech (Sorisa Испания); процедура прессотерапии на аппарате Impress-240 (Sorisa Испания); лазерная эпиляция на аппарате Magma (Formatk Израиль) с изображением аппаратов;

- на странице 68, 69 реклама стоматологических услуг (установка имплантатов, установка коронки);

- на странице 73 реклама косметологических услуг биоармирование, инъекции Тредлифтинг (мезонити) без предупреждения о наличии противопоказаний к применению и

использованию медицинских услуг.

В соответствии с ч. 7 ст. 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. 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). Требования настоящей части не распространяются на рекламу, распространяемую в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, а также в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях, и на иную рекламу, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники.

[Приказом](#) Министерства здравоохранения Российской Федерации от 13.10.2017 № 804н утверждена [Номенклатура](#) медицинских услуг, согласно которой к медицинским услугам относятся (раздел А): проведение эпиляции (код А14.01.013) (страница 67), восстановление зуба коронкой (А16.07.004), протезирование зуба с использованием имплантата (А16.07.006), протезирование частичными съемными пластиночными протезами (код услуги А16.07.035) (страницы 68-69), подкожное введение лекарственных препаратов (код услуги А11.01.002) (страница 73).

Таким образом, при распространении рекламы медицинских услуг в журнале «Fashion&Beauty.Сочи» за сентябрь 2017 года на страницах 67, 68, 69, 73 нарушены требования ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе», поскольку реклама не содержит предупреждения о наличии противопоказаний к применению и использованию медицинских услуг, необходимости получения консультации специалистов.

Также при распространении на странице 67 рекламы медицинских изделий:

- процедура дермотонии на аппарате Fullskin (Skinexians Франция);

- процедура лазерного липолиза на аппарате STS Lipotech (Sorisa Испания);

- процедура прессотерапии на аппарате Impress-240 (Sorisa Испания); Прессотерапия;

- лазерная эпиляция на аппарате Magma (Formatk Израиль) с изображением аппаратов Fullskin, Impress-240, Magma нарушены требования ч. 8 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с ч. 8 ст. 24 Федерального закона «О рекламе» реклама лекарственных препаратов в формах и дозировках, отпускаемых по рецептам на лекарственные препараты, методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, а также медицинских изделий, для использования которых требуется специальная подготовка, не допускается иначе как в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий и в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях.

В соответствии с ч. 1 ст. 38 Федерального закона от 21.11.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» медицинскими изделиями являются любые инструменты, аппараты, приборы, оборудование, материалы и прочие изделия, применяемые в медицинских целях отдельно или в сочетании между собой, а также вместе с другими принадлежностями, необходимыми для применения указанных изделий по назначению, включая специальное программное обеспечение, и предназначенные производителем для профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации заболеваний, мониторинга состояния организма человека, проведения медицинских исследований, восстановления, замещения, изменения анатомической структуры или физиологических функций организма, предотвращения или прерывания беременности, функциональное назначение которых не реализуется путем фармакологического, иммунологического, генетического или метаболического воздействия на организм человека.

Приказом министерства здравоохранения Российской Федерации от 06.06.2012г. № 4н «Об утверждении номенклатурной классификации медицинских изделий» утверждена номенклатурная классификация медицинских изделий по видам.

Согласно указанной классификации медицинских изделий в 8

группу/подгруппу медицинских изделий для пластической хирургии и косметологии включены системы дерматологические лазерные (№ 8.4), прочие медицинские изделия для пластической хирургии, дерматологии и косметологии (№ 8.7).

Из выходных данных журнала «Fashion&Beauty. Сочи» за сентябрь и за октябрь 2017 года следует, что учредителем и издателем журнала является ООО Издательский Дом «Мэгэзин Медиа Групп» (ООО «ИД ММГ») (юридический адрес: 344010, г. Ростов-на-Дону, ул. Города Волос, 72/63; ИНН 6163101165; ОГРН 1106195001857; адрес редакции: 354000, г. Сочи, ул. Транспортная, д. 74б).

Также в выходных данных журнала «Fashion&Beauty. Сочи» за сентябрь и за октябрь 2017 года указано свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ 61-00423 от 06.09.2010г.

В соответствии со свидетельством о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ 61-00423 от 06.09.2010г., представленным по запросу Краснодарского УФАС России из Управления Роскомнадзора по Южному федеральному округу (вх. № 1565 от 16.02.2018г.), журнал «Fashion&Beauty» является рекламным СМИ. Учредителем журнала является ООО «Издательский Дом «Мэгэзин Медиа Групп».

Следовательно, журнал «Fashion&Beauty», распространяемый в Сочи не является специализированным печатным изданием, предназначенным для медицинских и фармацевтических работников.

Таким образом, при распространении рекламы медицинских изделий на странице 67 в журнале «Fashion&Beauty.Сочи» за сентябрь 2017 года (аппаратов Fullskin, Impress-2 4 0 , Magma) нарушены требования ч. 8 ст. 24 Федерального закона «О рекламе», поскольку указанный журнал не является специализированным печатным изданием, предназначенным для медицинских и фармацевтических работников.

Также Краснодарским УФАС России установлено, что в журнале «Fashion&Beauty.Сочи» за сентябрь 2017 года на странице 77 и за октябрь 2017 года на странице 69 под заголовком «Волшебная пилюля» распространена реклама БАДов «КЛК500» и «Омега-3 Комплекс» без предупреждения о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством.

В соответствии с ч. 1.1. ст. 25 Федерального закона «О рекламе» реклама биологически активных добавок в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством. В данной рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах, при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд, и такому предупреждению должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

Таким образом, при распространении рекламы БАДов «КЛК500» и «Омега-3 Комплекс» в журнале «Fashion&Beauty.Сочи» за сентябрь 2017 года на странице 77 и за октябрь 2017 года на странице 69 нарушены требования ч. 1.1 ст. 25 Федерального закона «О рекламе», поскольку реклама БАДов не содержит предупреждения о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством.

Согласно п. 4 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Следовательно, реклама информационной продукции, реклама медицинских услуг, медицинских изделий, БАД, распространяемая в журнале «Fashion&Beauty. Сочи» за сентябрь и за октябрь 2017 года, является ненадлежащей.

В соответствии с ч. 7 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных ч. 10.1 ст. 5, ч. 2 ст. 21, ч. 7, ч. 8 ст. 24, ч. 1.1 ст. 25 Федерального закона «О рекламе», несет рекламодатель.

Согласно п. 7 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ 61-00423 от 06.09.2010г. учредителем журнала является ООО «Издательский Дом «Мэгэзин Медиа Групп».

Дело № 18Р/2018 по признакам нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе было возбуждено в отношении ООО «Издательский Дом «Мэгэзин Медиа Групп».

При рассмотрении дела у ООО «Издательский Дом «Мэгэзин Медиа Групп» были запрошены копии договоров, заключенных с контрагентами на размещение рекламы в журнале «Fashion&Beauty. Сочи» со всеми приложениями.

12.02.2018г. в Краснодарское УФАС России от ООО «Издательский Дом «Мэгэзин Медиа Групп» поступили пояснения и документы, из которых следует, что ООО «Издательский Дом «Мэгэзин Медиа Групп» не осуществлял выпуск журнала «Fashion&Beauty. Сочи» за сентябрь и октябрь 2017 года. Издателем и распространителем журнала «Fashion&Beauty» в городе Сочи является индивидуальный предприниматель Г...

Между ООО «Издательский Дом «Мэгэзин Медиа Групп» и ИП Г... заключен лицензионный договор, согласно которому ООО ИД «Мэгэзин Медиа Групп» предоставило ИП Г... право на использование бренда «Fashion&Beauty» для издания и распространения на территории Краснодарского края и г. Сочи журнала «Fashion&Beauty».

По условиям лицензионного договора № 01 от 23.04.2015г. ИП Г... осуществляет полный комплекс мероприятий по изданию и распространению журнала на территории г. Сочи. В выходных данных журнала «Fashion&Beauty. Сочи» ошибочно указаны данные ООО «Издательский Дом «Мэгэзин Медиа Групп».

При рассмотрении дела № 18Р/2018 у ИП Г... были запрошены копии договоров, заключенных с контрагентами на размещение рекламы в журнале «Fashion&Beauty. Сочи» со всеми приложениями, а также пояснения по делу.

21.03.2018г. в Краснодарское УФАС России поступили документы и пояснения ИП Г..., из которых следует, что ИП Г... осуществляла издание и распространение журнала «Fashion&Beauty. Сочи» за сентябрь и октябрь 2017 года. Также ИП Г... признала свою вину в распространении ненадлежащей рекламы.

Изучив представленные в дело № 18 Р/2018 документы и пояснения лиц, участвующих в деле, Комиссия пришла к выводу о том, что в действиях ООО «Издательский Дом «Мэгэзин Медиа Групп» отсутствуют нарушения Федерального закона «О рекламе».

Краснодарским УФАС России установлено, что рекламораспространителем рекламы в журнале «Fashion&Beauty.

Сочи» за сентябрь 2017 года и октябрь 2017 года является индивидуальным предпринимателем Г...

Распространение ненадлежащей рекламы произошло по вине рекламодателя-распространителя ИП Г... В данном случае нарушение установленных Законом требований к рекламе было очевидным для рекламодателя, оказывающего услуги в качестве такового на постоянной основе.

Таким образом, ИП Г... при распространении рекламы в журнале «Fashion&Beauty.Сочи» за сентябрь 2017 года:

- алкогольной продукции:

-на странице 89: «шампанское Veuve Clicquot»;

- на странице 92: «дегустация эксклюзивного сигарного рома Havana Club Union COHIBA ATMOSPHERE»;

- на странице 96: «гости угощались коктейлями Ambassador Martini» нарушены требования п. 1 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе»;

- информационной продукции:

-на странице 8: «Концерт Меладзе», «Конкурс Топ Модель Сочи», «Спектакль Екатерина Великая», «Олимпийский парк соревнования Триатлон»;

- на странице 14: «Конкурс Топ Модель Сочи»;

- на страницах 88-89: «Вечеринка у бассейна 26 августа 2017»;

- на странице 92: «Кубинское настроение BY SOCHI. CIGARS.CLUB»;

- на странице 94: мероприятие «вечеринка Морские танцы»;

- на странице 96: мероприятие «Начало бархатного сезона отель Имеретинский» нарушены требования ч. 10.1 ст. 5 Федерального закона «О рекламе»;

- медицинских услуг на страницах 67, 68, 69, 73 нарушены требования ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе»;

- медицинских изделий на странице 67 нарушены требования ч. 8 ст. 24 Федерального закона «О рекламе»;

- БАДов на странице 77 нарушены требования ч. 1.1 ст. 25 Федерального закона «О рекламе».

Кроме того, ИП Г... при распространении рекламы в журнале «Fashion&Beauty.Сочи» за октябрь 2017 года:

- алкогольной продукции на страницах 76-77 (La Nina kindzmaurauli) нарушены требования п. 1 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе»;

- БАДов («КЛК500» и «Омега-3 Комплекс») на странице 69 нарушены требования ч. 1.1 ст. 25 Федерального закона «О рекламе».

Согласно ч. 4 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламодателями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламоделателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 6 ст. 14.3, [ч. 4 ст. 14.3.1](#), [ст.ст. 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.

В соответствии с ч. 5 ст. 14.3 КоАП РФ 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.

Место совершения правонарушения – территория распространения СМИ журнала «Fashion&Beauty.Сочи» - город Сочи, время совершения правонарушения - сентябрь – октябрь 2017 года.

Таким образом, действия ИП Г... по размещению в журнале «Fashion&Beauty.Сочи» за сентябрь 2017 года и за октябрь 2017 года рекламы с нарушением требований ч. 10.1 ст. 5, ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» образуют состав административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, а также по размещению рекламы с нарушением требований ч. 7, ч. 8 ст. 24, ч. 1.1 ст. 25 Федерального закона «О рекламе» образуют состав административного правонарушения,

предусмотренного ч. 5 ст. 14.3 КоАП РФ.

Обстоятельства дела свидетельствуют о том, что ИП Г... при распространении вышеуказанной рекламы не были приняты необходимые и достаточные меры по соблюдению требований ч. 10.1 ст. 5, ч. 2 ст. 21, ч. 7, ч. 8 ст. 24, ч. 1.1 ст. 25 Федерального закона «О рекламе», при этом у предпринимателя имелась возможность соблюдения установленных требований законодательства, следовательно, нарушение произошло по вине ИП Г...

Существенная угроза охраняемым общественным отношениям в данном случае заключается в пренебрежительном, халатном отношении ИП Г... к исполнению своих публично-правовых обязанностей по соблюдению требований, предусмотренных [Федеральным законом «О рекламе»](#).

Согласно ч. 2 ст. 4.4. КоАП РФ при совершении лицом одного действия (бездействия), содержащего составы административных правонарушений, ответственность за которые предусмотрена двумя и более статьями (частями статей) КоАП РФ и рассмотрение дел о которых подведомственно одному и тому же судье, органу, должностному лицу, административное наказание назначается в пределах санкции, предусматривающей назначение лицу, совершившему указанное действие (бездействие), более строгого административного наказания.

Согласно п. 2 ч. 3 ст. 4.4. КоАП РФ в случае, предусмотренном частью 2 ст. 4.4. КоАП РФ, административное наказание назначается в пределах санкции, при применении которой может быть назначен наибольший административный штраф в денежном выражении, если указанными санкциями предусматривается назначение административного наказания в виде административного штрафа.

При рассмотрении дела № 187Р-А/2018 Краснодарским УФАС России изучены обстоятельства, свидетельствующие об основании применения при назначении наказания ст. 4.1.1 КоАП РФ.

В соответствии с ч. 1 ст. 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](#) КоАП РФ 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](#) КоАП РФ, за исключением случаев, предусмотренных [частью 2](#) статьи 4.1.1 КоАП РФ.

В соответствии с ч. 2 ст. 3.4 КоАП РФ 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.

Согласно ч. 3.5 ст. 4.1 КоАП РФ административное наказание в виде предупреждения назначается в случаях, если оно предусмотрено соответствующей статьей [раздела II](#) КоАП РФ или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, за впервые совершенные административные правонарушения при отсутствии причинения вреда или 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.

При рассмотрении дела № 187Р-А/2018 Краснодарским УФАС России установлено, что ИП Г... ранее за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе по ст. 14.3 КоАП РФ к административной ответственности Краснодарским УФАС России не привлекалась.

Согласно сведениям из Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства ИП Г... относится к категории микропредприятие (сведения из Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства от 02.07.2018г. № ИЭ-9965-18-1317491 в деле).

При рассмотрении дела № 187Р-А/2018 управлением не установлены обстоятельства, смягчающие и отягчающие административную ответственность ИП Г...

Краснодарское УФАС России, изучив имеющиеся в дела документы, объяснения и материалы считает, что при назначении наказания к ИП Г... могут быть применены положения ст. 4.1.1 КоАП РФ.

Руководствуясь ст. 2.4, ч. 2 ст. 3.4, ч. 1 ст. 4.1.1, ч. 1, ч. 5 ст.14.3, ст. 23.48, ст. 29.9 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

Привлечь индивидуального предпринимателя Г.... Краснодарский край, г. Сочи...) к административной ответственности по части 5 статьи 14.3 КоАП РФ и назначить наказание в виде предупреждения.

В соответствии с частями 1, 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд (вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу либо в районный суд по месту рассмотрения дела) в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 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.