

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о наложении штрафа по делу № 18-АР-2015

об административном правонарушении

15 апреля 2015 г.

г. Чебоксары

Зам. руководителя Чувашского УФАС России «...», рассмотрев протокол и материалы дела № 18-АР-2015 г. об административном правонарушении, возбужденного протоколом об административном правонарушении от 15.04.2015 г. в отношении **индивидуального предпринимателя Головина Виталия Федоровича**,

«...»

по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в связи с нарушением требований, установленных пунктами 2, 3, 7 части 1 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», в отсутствие ИП Головина В.Ф.,

УСТАНОВИЛ:

Чувашским УФАС России установлено, что в рекламно-информационном еженедельнике «Вестник недели» № 01 (2119) от 15.01.2015 г. на 2-й странице размещена статья «Трезвый муж – счастливая семья», в которой, от имени анонимной гражданки, обратившейся к знахарю Головину В.Ф. за помощью в излечении мужа от алкогольной зависимости, содержится рекомендация читателям, имеющим аналогичные проблемы, обращаться к целителю Виталию Федоровичу Головину, потому что «...он настоящий Целитель с большой буквы, как говорится, целитель от Бога. Я поняла это на своем опыте».

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» под рекламой понимается 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.

Информация, распространяемая рекламно-информационным еженедельником «Вестник недели» № 01 (2119) от 15.01.2015 г. в статье «Трезвый муж – счастливая семья», направлена на формирование у потребителей желания воспользоваться указанными услугами по излечению алкогольной зависимости, сообщение о возможности получить данную услугу без согласия лица, имеющего алкогольную зависимость привлекает внимание к этим услугам, вызывает интерес у неопределенного круга лиц и способствует продвижению этих услуг на рынке

аналогичных услуг.

Таким образом, данная информация соответствует всем квалифицирующим признакам рекламы, определенным статьей 3 Федерального закона «О рекламе», поэтому является рекламой.

Рекламная статья «Трезвый муж – счастливая семья» преподносит информацию от лица женщины, которая успешно воспользовалась услугами по излечению алкогольной зависимости знахаря Головина В.Ф. для излечения своего мужа, при этом содержит следующие утверждения:

«...он и не пытался вылечиться, и конечно, когда я ему предлагала, он отказывался»;

«Современные методы, включая кодирование, не помогли...»;

«...у моего мужа застарелая форма алкоголизма, и за один курс трудно его вылечить...»;

«Без всяких лекарств, без кодировок теперь он настоящий трезвенник».

В соответствии с частью 1 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», реклама лекарственных средств не должна:

- 1) обращаться к несовершеннолетним;
- 2) содержать ссылки на конкретные случаи излечения от заболеваний, улучшения состояния здоровья человека в результате применения объекта рекламирования;
- 3) содержать выражение благодарности физическими лицами в связи с использованием объекта рекламирования;
- 4) создавать представление о преимуществах объекта рекламирования путем ссылки на факт проведения исследований, обязательных для государственной регистрации объекта рекламирования;
- 5) содержать утверждения или предположения о наличии у потребителей рекламы тех или иных заболеваний либо расстройств здоровья;
- 6) способствовать созданию у здорового человека впечатления о необходимости применения объекта рекламирования;
- 7) создавать впечатление ненужности обращения к врачу;

В соответствии с частью 3.1. статьи 24 Федерального закона «О рекламе», требования [пунктов 2 - 5](#) и [7 части 1](#) указанной статьи распространяются также на рекламу **методов народной медицины** (часть 3.1 введена Федеральным [законом](#) от 25.11.2013 N 317-ФЗ).

Исходя из вышеизложенного, рекламная статья «Трезвый муж – счастливая семья», содержит нарушения пунктов 2, 3, 7 части 1 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

Часть 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» устанавливает

ответственность рекламодателя за нарушение требований, определенных пунктами 2, 3, 7 части 1 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

Нарушение **рекламодателем**, рекламопроизводителем и рекламораспространителем требований, определенных частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» образует состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с частью 1 статьи 2.1 КоАП РФ, административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического, должностного или юридического лица, за которое настоящим Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

В соответствии со статьей 2.4 КоАП РФ, должностное лицо подлежит административной ответственности в случае совершения административного правонарушения, допущенного в связи с неисполнением или ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей. Лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, совершившие административные правонарушения, несут административную ответственность как должностные лица, если настоящим Кодексом не установлено иное.

Из письменного объяснения ИП Головина В.Ф. следует, что рассматриваемая статья «Трезвый муж – счастливая семья» не является отзывом конкретного физического лица, а представляет собой компиляцию практического опыта знахаря по лечению алкогольной зависимости. Положительные результаты такого лечения подтверждаются отзывами в сети Интернет, а также письменными отзывами конкретных граждан.

В статье «Трезвый муж – счастливая семья» отсутствует выражение благодарности физическими лицами в связи с использованием объекта рекламирования, а также призывы не обращаться к врачу.

Статья «Трезвый муж – счастливая семья» дает понятие о магических методах лечения, применяемых для лечения алкогольной зависимости и не нарушает рекламное законодательство.

Данные доводы несостоятельны по следующим основаниям.

[Пункт 2 части 1 статьи 24 Федерального закона «О рекламе»](#) запрещает рекламе содержать ссылки на конкретные случаи излечения от заболеваний, улучшения состояния здоровья человека в результате применения объекта рекламирования.

Врач при лечении практикует индивидуальный подход к каждому пациенту. Лекарственное средство, которое подходит или помогает одному пациенту, может не подойти или помочь другому по целому ряду причин, оно может быть даже противопоказано данному пациенту.

В статье «Трезвый муж – счастливая семья» рассказывается история от лица женщины, муж которой излечился от алкогольной зависимости, благодаря

обращению к знахарю Головину В.Ф.

При этом в статье «Трезвый муж – счастливая семья» не указаны имя и фамилия женщины, от лица которой ведется рассказ, но сообщается ее конкретный возраст – 43 года, место жительства – г. Чебоксары, а также время ее обращение к знахарю – март 2011 г.

Данная информация способствует восприятию потребителями статьи «Трезвый муж – счастливая семья» как конкретного случая излечения из практики знахаря.

Согласно [пункту 3 части 1 статьи 24](#) Федерального закона «О рекламе» реклама лекарственных средств не должна содержать выражение благодарности физическими лицами в связи с использованием объекта рекламирования.

"Благодарность" согласно Толковому словарю русского языка (под ред. Н.Ю. Шведовой) - это чувство признательности к кому-нибудь за оказанное добро, внимание, услугу.

В контексте рекламы лекарственного средства выражение благодарности физическими лицами в связи с использованием лекарственных средств **направлено на создание четкой связи в сознании потребителей между использованием лекарственного средства и улучшением состояния здоровья.**

Рекомендация, данная от лица женщины, ведущей рассказ в статье «Трезвый муж – счастливая семья»:

«Если у кого есть такая же проблема, не теряйте зря времени, обращайтесь к целителю Виталию Федоровичу Головину, потому что он настоящий Целитель с большой буквы, как говорится, целитель от Бога. Я это поняла на своем опыте» содержит как благодарность, так и восхищение возможностями знахаря и создает четкую связь между обращением к знахарю и улучшением здоровья.

При этом, учитывая такие утверждения как:

«Современные методы, включая кодирование, не помогли...

...искала новые способы избавления от алкогольной зависимости...

... и вот однажды я случайно нашла информацию о народном целителе Виталии Федоровиче Головине...

...он все же взялся его лечить...

без всяких лекарств, без кодировок теперь он настоящий трезвенник...

если у кого есть такая же проблема, **не теряйте зря времени**, обращайтесь к целителю Виталию Федоровичу Головину, потому что он настоящий Целитель с большой буквы, как говорится, целитель от Бога. Я это поняла на своем опыте;

статья «Трезвый муж – счастливая семья» воспринимается как невозможность излечения алкогольной зависимости без обращения к целителю и создает впечатление ненужности обращения к врачу.

При оценке рекламы учитывается субъективное восприятие сообщенных ею сведений. Определяющим в этом случае является не то, что имел в виду рекламодатель, и не то, насколько сообщенные сведения соответствуют истине, а **их восприятие потребителями.**

В смысле Федерального [закона](#) "О рекламе" **рекламодателем** является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, рекламопроизводителем - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму, а рекламораспространителем - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств ([пункты 5 - 7 части 1 статьи 3](#) Федерального закона "О рекламе").

Согласно пункту 2.1.1. договора на рекламно-информационные услуги № 4а от 12.01.2015 г. Заказчик (ИП Головин В.Ф.) поручает, а Исполнитель (ООО «Синяя птица») принимает на себя обязательства по оказанию Заказчику услуг, связанных с размещением в газете «Вестник недели» передаваемых Заказчиком рекламных материалов.

Таким образом, в смысле статьи 3 Федерального закона «О рекламе» ИП Головин В.Ф. является рекламодателем.

Следовательно, ответственность за нарушение требований, установленных пунктами 2, 3, 7 части 1 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» несет ИП Головин В.Ф., так как именно он, являясь рекламодателем, не принял необходимые меры по соблюдению требований действующего законодательства.

Нарушение **рекламодателем**, рекламопроизводителем и рекламораспространителем законодательства о рекламе образует состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с частью 1 статьи 2.1 КоАП РФ, административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического, должностного или юридического лица, за которое настоящим Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

В соответствии со статьей 2.4 КоАП РФ, должностное лицо подлежит административной ответственности в случае совершения административного правонарушения, допущенного в связи с неисполнением или ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей. Лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, совершившие административные правонарушения, несут административную ответственность как должностные лица, если настоящим Кодексом не установлено иное.

Следовательно, в распространении ненадлежащей рекламы виновен индивидуальный предприниматель Головин В.Ф., так как именно он не принял необходимые меры по соблюдению требований, определенных пунктами 2, 3, 7

части 1 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», которые требуются от рекламодателя, совершив тем самым по неосторожности административное правонарушение, предусмотренное частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Надлежащая и достоверная реклама является неотъемлемой составляющей добросовестной конкуренции и защиты прав потребителей.

Противоправное поведение индивидуального предпринимателя Головина В.Ф. выразилось в указании им в рекламной статье о применении методов народной медицины при лечении алкогольной зависимости информации, содержащей ссылку на конкретный случай излечения от заболевания (алкогольной зависимости) в результате применения объекта рекламирования, выражение благодарности физическим лицом в связи с использованием объекта рекламирования, а также создающей впечатление о ненужности обращения к врачу.

В соответствии со статьей 2.2. КоАП РФ, административное правонарушение признается:

1. Совершенным умышленно, если лицо, его совершившее, сознавало противоправный характер своего действия (бездействия), предвидело его вредные последствия и желало наступления таких последствий или сознательно их допускало либо относилось к ним безразлично.

2. Совершенным по неосторожности, если лицо, его совершившее, предвидело возможность наступления вредных последствий своего действия (бездействия), но без достаточных к тому оснований самонадеянно рассчитывало на предотвращение таких последствий либо не предвидело возможности наступления таких последствий, хотя должно было и могло их предвидеть.

Установленные по делу обстоятельства свидетельствуют о пренебрежительном отношении ИП Головина В.Ф. к соблюдению требований рекламного законодательства.

Доказательства исключительности рассматриваемых случаев нарушений требований рекламного законодательства не представлены.

Индивидуальный предприниматель Головин В.Ф. виновен в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, так как имел возможность не допустить административное правонарушение, но не предпринял всех зависящих от него мер для надлежащего исполнения требований законодательства о рекламе при отсутствии к тому чрезвычайных и непредотвратимых обстоятельств.

Административная ответственность за указанное правонарушение предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ в виде наложения административного штрафа на должностных лиц – от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей.

В соответствии со статьей 4.1 КоАП РФ, при назначении наказания ИП Головину В.Ф. учитываются обстоятельства и характер совершенного правонарушения, имущественное и финансовое положение данного лица. Обстоятельства смягчающие и отягчающие административную ответственность отсутствуют.

С учетом установленных обстоятельств, в рассматриваемом случае исключается возможность применения положений статьи 2.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях по освобождению от административной ответственности ИП Головина В.Ф.

Определяя степень ответственности индивидуального предпринимателя Головина В.Ф., считаю возможным применить меру наказания в пределах низшей санкции, предусмотренной частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Руководствуясь статьей 23.48, частью 1 статьи 29.9, 29.10, 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе»,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать **индивидуального предпринимателя Головина Виталия Федоровича** виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. Назначить **индивидуальному предпринимателю Головину Виталию Федоровичу** наказание в виде административного штрафа в размере 4000 (четыре тысячи) рублей.

Согласно части 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Сумму штрафа за нарушение законодательства о рекламе надлежит уплатить по следующим реквизитам:

Получатель:

ИНН 2128017971, КПП 213001001 УФК по Чувашской Республике (Чувашское УФАС России)

Банк получателя:

ГРКЦ НБ Чувашской Республики Банка России г. Чебоксары,

БИК 049706001, р/счет 40101810900000010005,

КБК 161 1 16 26000 01 6000 140 ОКТМО 97701000

Наименование платежа: «Денежные взыскания (штраф) за нарушение законодательства о рекламе».

В соответствии с пунктом 3 части 1 статьи 30.1 и части 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях

постановление может быть обжаловано в суд в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

«...»