

ПОСТАНОВЛЕНИЕ № А18/407-14.3

о назначении административного наказания
за нарушение законодательства о рекламе
15.10.2018г.

г. Тюмень

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области (далее - Тюменское УФАС России), <...>, рассмотрев материалы дела №А18/407-14.3, возбужденного в отношении ООО <...> (адрес местонахождения: 625049, г.Тюмень, ул. Московский тракт, д.121/3, ОГРН 1177232032185, ИНН 7203434013, КПП 720301001, дата регистрации: 07.11.2017г.), в присутствии представителя (защитника) ООО <...> - <...>. (доверенность № 121/07/18 от 16.07.2018г.), которому права лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, закрепленные ст.25.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ, Кодекс) разъяснены,
У С Т А Н О В И Л:

Решением Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе № Р18/39-05 от 21.08.2018г. признана ненадлежащей реклама следующего содержания: «Внимание!!! Мы переехали! Все специалисты клиники Центр Мед ждут своих клиентов на Московском тракте 121/3 в клинике Доктор А для оформления справок на вождение, оружие, медкнижек и прохождение медосмотров. Психиатр и нарколог у нас. Тел. 500077, 500077», размещавшаяся в период с 01.05.2018г. по 28.05.2018г. на радиостанции «Русское радио», поскольку в ней нарушены требования части 3 и части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

Ответственность за распространение ненадлежащей рекламы предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ, Кодекс).

Исследовав материал административного дела, установлено следующее.

Согласно статье 3 Закона о рекламе, рекламой является 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; объект рекламирования - 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 - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот; ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Независимо от формы или используемого средства распространения, реклама должна быть распознаваема без специальных знаний или без применения технических средств непосредственно в момент ее представления именно как реклама.

Таким образом, признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, сформировать к

нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя. В рассматриваемой рекламе, информация направлена на привлечение внимания потребителей к услугам, оказываемым в клинике «Доктор А», а так же к самой клинике «Доктор А».

Таким образом, информация, распространяемая на радиостанции «Русское радио» с 01.05.2018 г. по 28.05.2018 г. ежедневно в 07.52, соответствует понятию, изложенному в ст. 3 Закона о рекламе и является рекламной, где объектом рекламирования являются медицинские услуги, оказываемые в клинике «Доктор А», а так же клиника «Доктор А».

Как следует из части 1 статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются. Реклама является средством продвижения товаров, работ и услуг, а также самого изготовителя или продавца рекламируемого товара на определенном рынке. Вместе с тем способ, форма и средства распространения соответствующей информации имеет существенное значение. Ненадлежащей рекламой, согласно подпункту 4 статьи 3 Закона о рекламе, является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Как следует из пункта 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

В материалы дела представлены документы, подтверждающие тот факт, что рассматриваемая реклама является недостоверной, а именно: приказ №58 от 03.07.2018г. о выплате заработной платы за второй месяц нетрудоустройства, с приложением списочной ведомости работников, нетрудоустроенных после увольнения из ООО «Центр-Мед+», платежное поручение о списании денежных средств, копии трудовых книжек. Данные документы подтверждают факт недостоверности распространяемой рекламы в части переезда всех сотрудников ООО «Центр-Мед+» в клинику «Доктор А», поскольку 24 сотрудника ООО «Центр Мед+» на момент распространения рекламы не были трудоустроены. Таким образом, информация о том, что «Все специалисты клиники Центр Мед ждут своих клиентов на Московском тракте 121/3 в клинике Доктор А» является не достоверной, а значит не соответствует требованиям п.2 ч.3 ст.5 Закона о рекламе. Запрошенные у ООО <...> сведения о том, были ли трудоустроены после 03.05.2017 г. в ООО <...> следующие лица: <...> не были представлены.

После 03.05.2018г. были трудоустроены только <...> (принята 03.07.2018г.), <...> (принята 13.08.2018г.). Таким образом, на момент распространения рекламы данные лица не были трудоустроены в клиники «Доктор А». Иные лица, о трудоустройстве которых запрашивалась информация, не работают в ООО <...>. Таким образом, исходя из вышеизложенного, в рассматриваемой рекламе нарушены требования пункта 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Кроме того, частью 7 статьи 5 Закона о рекламе, предусмотрено, что не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условии его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Рассматриваемая реклама ООО <...> направлена на формирование у

потребителей желая воспользоваться предоставляемой услугой. В таком случае, существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителя такой рекламой. Тем самым, отсутствие какой-либо части информации о предоставляемых услугах не должно приводить к искажению смысла рекламы и способствовать введению в заблуждение потребителей имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми услугами.

Указание в рекламе существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей.

Указанные нормы права приняты в интересах потребителя с целью формирования у него правильного (неискаженного и относительно полного) представления о рекламируемом объекте (услуге).

Ненадлежащая реклама, которая вводит потребителей в заблуждение или причиняет ущерб конкурентам, является наиболее распространенным способом получения преимуществ в предпринимательской деятельности.

Рекламное объявление формирует интерес к товару или услуге и направлено на формирование у потребителей желания ею воспользоваться. Поэтому существенной является информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителя такой рекламой.

Отсутствие в рекламе части существенной информации приводит к искажению рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемым товаром или видом услуг.

Искажение информации - действия, направленные на умолчание, изменение части сведений (о товаре, условиях его приобретения, использовании), содержащихся в рекламе, выдвигению желаемого за действительное. И определяющим здесь является не то, что имел в виду рекламодаделец, и не то, насколько сообщенные сведения соответствуют истине, а их восприятие потребителями рекламы.

Введение в заблуждение является актом недобросовестной конкуренции и представляет собой действия, направленные на формирование неверных представлений в отношении собственных товаров (работ, услуг) или товаров конкурента.

Норма части 7 статьи 5 Закона о рекламе запрещает умалчивать информацию, которая, будучи сообщенной, изменила бы созданное рекламой представление потребителей о товаре, об условиях его приобретения или использования.

Согласно понятию рекламы, она направлена неопределенному кругу лиц, а значит, для оценки содержащейся в ней информации не требуется никаких специальных филологических познаний. Информация, содержащаяся в рекламе, должна очевидно ассоциироваться с объектом рекламирования.

Таким образом, доведение существенной информации до потребителей рекламы должно осуществляется доступными способами и в форме, позволяющей воспринимать такую информацию каждому из неопределенного круга лиц наравне с иными формирующими интерес к объекту рекламирования сведениями. Как следует из спорной рекламы, внимание потребителей привлечено к информации о переезде («Внимание!!! Мы переехали!»).

Вместе с тем, невозможно точно определить переехало ли ООО «Центр Мед+» и осуществляет свою деятельность по новому адресу или специалисты клиники «Центр Мед+» временно осуществляют деятельность в клинике «Доктор А», либо специалисты сменили место работы, что в свою очередь, может ввести потребителя рекламы в заблуждение.

Таким образом, реклама содержит не соответствующие действительности

сведения о переезде всех специалистов и вводит в заблуждение потребителей рекламы, поскольку из спорной рекламы непонятно о чем именно переезде идет речь.

Учитывая вышеизложенное, рассматриваемая реклама содержит нарушение требований пункта 2 части 3, части 7 статьи 5 Закона о рекламе, а именно: в ней отсутствует часть существенной информации, а также содержится не соответствующее действительности сведения о переезде всех специалистов клиники Центр Мед, при этом искажается смысл информации и вводится в заблуждение потребители рекламы.

В соответствии с частью 4 статьи 38 Закона о рекламе, нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламодистрибьютерами законодательства РФ о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством РФ об административных правонарушениях.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований части 3, части 7 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Согласно статье 3 Закона о рекламе, рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Как установлено материалами дела (договор на проведение рекламной компании № 106 от 26.04.2018г.), рекламодателем вышеуказанной рекламы является ООО <...> (адрес местонахождения: 625049, г.Тюмень, ул. Московский тракт, д.121/3, ИНН 7203434013, ОГРН 1177232032185) как лицо, определившее объект рекламирования, содержание рекламы.

В соответствии с частью 1 статьи 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.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодистрибьютером законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 4 настоящей статьи, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса,

– влечет наложение административного штрафа на 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.

Юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых КоАП РФ или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению (ч.2 ст.2.1 КоАП РФ).

Объектом правонарушения, предусмотренного ч.1 ст.14.3 КоАП РФ, являются общественные отношения в области рекламы, а также регламентированный порядок осуществления предпринимательской деятельности.

Объективную сторону состава административного правонарушения образует распространение рекламы с нарушением требований законодательства о рекламе, а именно части 3, части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Правонарушение, предусмотренное ч.1 ст.14.3 КоАП РФ, представляет существенную угрозу охраняемым общественным отношениям

пренебрежительным отношением лица к исполнению своих публично-правовых обязанностей, к требованиям, предусмотренным Законом о рекламе, что посягает на установленный порядок в области распространения рекламы.

Ч.1 ст.14.3 КоАП РФ предусматривает наступление административной ответственности вне зависимости от наличия/отсутствия отрицательных последствий распространения ненадлежащей рекламы.

Субъектом административного правонарушения по делу № А18/407-14.3 выступает – ООО <...> (адрес местонахождения: 625049, г.Тюмень, ул. Московский тракт, д.121/3, ОГРН 1177232032185, ИНН 7203434013, КПП 720301001, дата регистрации: 07.11.2017г.).

Вина ООО <...> состоит в том, что оно не выполнило установленных Законом о рекламе требований и не предприняло всех зависящих от него мер по их соблюдению.

Объективные обстоятельства, делающие невозможным исполнение установленных законом требований, при рассмотрении дела не установлены.

Таким образом, ООО <...>, распространяя вышеуказанную рекламу, с нарушением рекламного законодательства, совершило административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Место совершения административного правонарушения – город Тюмень.

Время совершения административного правонарушения, установленное материалами дела Р18/39-05 – с 01.05.2018 г. по 28.05.2018 г.

Дело об административном правонарушении № А18/407-14.3 в соответствии с частью 3 статьи 4.1 КоАП РФ рассматривалось с учетом характера совершенного ООО <...> административного правонарушения, обстоятельств, смягчающих и отягчающих административную ответственность.

Обстоятельств, свидетельствующих о малозначительности совершенного правонарушения, при рассмотрении дела не установлено.

Вместе с тем, Федеральным законом от 03.07.2016 N 316-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» статья 4.1. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях дополнена статьей 4.1.1, устанавливающей, что 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 статье 4 Федерального закона «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» к субъектам малого и среднего предпринимательства относятся внесенные в единый государственный реестр юридических лиц потребительские кооперативы и коммерческие организации (за исключением государственных и муниципальных унитарных предприятий), а также физические лица, внесенные в единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей и осуществляющие предпринимательскую деятельность без

образования юридического лица (далее - индивидуальные предприниматели), крестьянские (фермерские) хозяйства.

Согласно сведениям из Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства ООО <...> относится к категории среднее предприятие и внесено в реестр 10.12.2017 г.

Согласно части 2 статьи 3.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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.

ООО <...> впервые совершило нарушение рекламного законодательства, материалы, свидетельствующие о причинении имущественного ущерба либо вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, отсутствуют.

С учетом изложенного административное наказание ООО <...> в виде административного штрафа, предусмотренное частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, подлежит замене на предупреждение.

С учетом положений части 1 статьи 3.1 КоАП РФ, закрепившей цели административного наказания, предупреждение является официальным предостережением лица от возможности совершения им противоправного действия.

Применение предупреждения влечет для нарушителя соответствующие правовые последствия. Лицо, которому назначено предупреждение, считается подвергнутым данному наказанию в течение одного года со дня окончания исполнения постановления о назначении предупреждения. Если в течение года такое лицо совершит новое административное правонарушение, то к нему может быть применено более строгое административное наказание.

Руководствуясь статьями 4.1.1., 4.1, 23.48, 29.9, 29.10, а также статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать ООО <...> виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. В соответствии со статьей 4.1.1. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях объявить ООО <...> (адрес местонахождения: 625049, г.Тюмень, ул. Московский тракт, д.121/3, ОГРН 1177232032185, ИНН 7203434013, КПП 720301001, дата регистрации: 07.11.2017г.) официальное порицание в форме предупреждения за нарушение требований части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Частью 3 статьи 30.1. и частью 1 статьи 30.3. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях предусмотрено, что 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 Российской Федерации 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.

Заместитель
руководителя управления

<...>