

Главному редактору

газеты «Абакан»

<...>

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания

по делу № 5-Р-16-АП

об административном правонарушении

12 июля 2016 года

г. Абакан

Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Хакасия – начальник отдела антимонопольного законодательства и рекламы «...», рассмотрев протокол и материалы дела № 5-Р-16-АП об административном правонарушении, возбужденного в отношении должностного лица газеты «Абакан» <...>:

паспорт <...> <...>

место, дата рождения: <...>

ИНН: <...>

место жительства: <...>

место работы, занимаемая должность: <...>

в присутствии должностного лица <...> извещенного надлежащим образом извещенного о времени и месте рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛ:

В адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Хакасия поступило заявление от <...> (вх. № 1136/1 от 11.03.2016 года) о рассмотрении статей рекламного характера, содержащих рекламу медицинских услуг, размещенных в газете «Абакан» (период выхода с февраля по март 2016 года) на предмет соблюдения требований Закона о рекламе.

В ходе рассмотрения указанного заявления Хакасским УФАС России были

рассмотрены газеты «Абакан» по указанному выше периоду с февраля по март 2016 года. В газетах за 2016 год под номерами 6, 8, 9, 10 обнаружены статьи рекламного характера, в которых отсутствует предупреждение об имеющихся противопоказаниях и о необходимости консультации специалиста, рекламируются медицинские услуги (лазеротерапия, галотерапия, озонотерапия, лазерно-вакуумный массаж, миостимуляция, микротоковая терапия, ультразвуковой массаж, ультрафонофорез, электрофорез, прессотерапия, медицинский массаж), которые предлагаются в медицинском центре «Физио – МЕД». Во всех статьях используется абсолютно идентичный рекламный модуль, в котором содержится информация о медицинском центре «Физио – МЕД». В вышеуказанных рекламных статьях <...> врач-физиотерапевт Медицинского центра «Физио – МЕД» информирует об оказываемых в Медицинском центре «Физио – МЕД» медицинских услугах (далее – реклама).

Хакасским УФАС России были направлены запросы от 14.03.2016 (исх. № 04-1354/КМ) и от 17.03.2016 (исх. № 04-1465/КМ) Главному редактору газеты «Абакан» о предоставлении документов и сведений относительно распространения указанной рекламы, а также письменные пояснения по поводу размещения данной рекламы.

По данным запросам поступил ответ (вх. № 1321 от 21.03.2016), в котором было указано, что рекламная статья была подготовлена корреспондентом газеты «Абакан» по заданию редакции. Представлен договор №2016/РС/00 от 12.03.2016 года на осуществление информационного обслуживания (размещения рекламного модуля «Физио – МЕД» в статьях), заключенный между исполнителем в лице директора МУП «ИРТА «Абакан» <...> и заказчиком в лице директора ООО «Физио – МЕД» <...>, а также акт оказанных услуг, платежное поручение, утвержденный макет рекламного модуля. Из представленных документов можно сделать вывод о том, что ООО «Физио – МЕД» в лице <...> является рекламодателем рекламного модуля Медицинского центра «Физио – МЕД». Также в письменных пояснениях Главный редактор газеты «Абакан» излагает, что в текстовом материале газеты «Абакан» под номерами 6, 8, 9, 10 читателям была предоставлена ознакомительная информация о работе в области оздоровления, которая проводится в Абакане, при этом материалы не содержат сведений о медицинских услугах.

Изучив полученные в ходе рассмотрения заявления материалы, Хакасское УФАС России усмотрело признаки нарушения части 7 статьи 24 Закона о рекламе.

Определением от 31.03.2016 г. возбуждено дело 5-Р-16 по признакам нарушения Закона о рекламе в отношении МУП «ИРТА «Абакан», рассмотрение дела назначено на 25.04.2016 г.

20.03.2016 г. в Хакасское УФАС России от МУП «ИРТА «Абакан» поступили следующие представленные материалы: копия устава МУП «ИРТА «Абакан», копия свидетельства из ЕГРЮЛ МУП «ИРТА «Абакан», копия свидетельства о постановке на учет юридического лица в налоговом органе МУП «ИРТА «Абакан», копия структуры МУП «ИРТА «Абакан», копия должностной инструкции на главного редактора, ответственного секретаря, руководителя отдела «Маркетинга и рекламы» МУП «ИРТА «Абакан», письменное пояснение главного редактора газеты «Абакан» относительно рекламы медицинских услуг.

В представленных письменных пояснениях от 20.03.2016 г. главного редактора газеты «Абакан» <...> изложено, что в рассматриваемых номерах газеты «Абакан» речь идет именно об информировании читателей. Реклама содержится в соседствующем рекламном модуле.

На заседании комиссии 25.04.2016 г. представитель МУП «ИРТА «Абакан» - Главный редактор газеты «Абакан» относительно возбужденного дела пояснил следующее.

В МУП «ИРТА «Абакан» произошли изменения и отдел рекламы стал отдельной службой. После опубликования модуля «Физио-МЕД» в редакцию поступали звонки, так как данная статья заинтересовала читателей газеты «Абакан». Корреспондент газеты «Абакан» встречался с врачом, чтобы дать разъяснения заинтересованным читателям в следующих выпусках газеты. При составлении данного материала <...> понадеялся на профессионализм своих коллег и подписал данные материалы для выхода в печать, соответственно рассматриваемые 4 выпуска газеты «Абакан» вышли в печать.

<...> – представитель МУП «ИРТА «Абакан» пояснила следующее.

МУП «ИРТА «Абакан» могло упустить разграничение в данных материалах между рекламной и информационной продукцией. МУП «ИРТА «Абакан» считает, что выпуски под номерами 6 и 10 не содержат рекламной информации. МУП «ИРТА «Абакан» соглашается, что в тексте газеты под номерами 6 и 10 содержится информация о медицинских услугах, но в данных материалах отсутствует указание на конкретных специалистов, конкретное место, где оказываются такие услуги. В данных номерах имеется непосредственное привлечение внимания к объекту рекламирования, в данном случае, к Медицинскому центру «Физио-МЕД», а не к медицинским услугам.

Также представители МУП «ИРТА «Абакан» пояснили, что врач физиотерапевт – <...>, обладающая специальными знаниями, в рассматриваемых статьях рассказывает о нескольких процедурах, но в номерах 6 и 10 нет конкретных ссылок на место, где можно получить данные услуги. Представители МУП «ИРТА «Абакан» признают, что статьи в выпусках под номерами 9 и 10 содержат призыв посетить данные процедуры именно в центре «Физио-МЕД». Также представители ответчика обратили внимание на рекламный модуль, имеющийся в рассматриваемой рекламе, который содержит сведения об организации, оказывающей медицинские услуги, и предупреждение о наличии противопоказаний и о необходимости консультации специалиста. Представители МУП «ИРТА «Абакан» считают, что рассматриваемая реклама является допустимой.

Согласно пункту 1 части 3 Закона о рекламе реклама - 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе 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.

Согласно части 7 статьи 24 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.

В соответствии с [частями 6 и 7 статьи 38](#) Закона о рекламе ответственность за нарушение требований [части 7 статьи 24](#) Закона о рекламе несут рекламодатель и рекламораспространитель. Рекламораспространителем вышеуказанной рекламы является МУП «ИРТА «Абакан» ввиду нижеследующего.

Согласно абзацу 1 статьи 7 Закона от 27 декабря 1991 года № 2124-1 «О средствах массовой информации» (далее – Закон о СМИ) учредителем (соучредителем) средства массовой информации может быть гражданин, объединение граждан, **организация**, государственный орган. Учредителем (соучредителем) печатного средства массовой информации в соответствии с Федеральным [законом](#) от 6 октября 2003 года N 131-ФЗ "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации" может быть орган местного самоуправления.

В соответствии со статьей 27 Закона о СМИ каждый выпуск периодического печатного издания должен содержать следующие сведения:

- 1) наименование (название) издания;
- 2) учредитель (соучредители);
- 3) фамилия, инициалы главного редактора;
- 4) порядковый номер выпуска и дата его выхода в свет, а для газет - также время подписания в печать (установленное по графику и фактическое);
- 5) индекс - для изданий, распространяемых через предприятия связи;
- 6) тираж;
- 7) цена, либо пометка "Свободная цена", либо пометка "Бесплатно";

8) адреса редакции, издателя, типографии;

9) знак информационной продукции в случаях, предусмотренных Федеральным [законом](#) от 29 декабря 2010 года N 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию".

Согласно выходным данным газеты «Абакан» учредителем данной газеты является – муниципальное унитарное предприятие «Информационное радиотелевизионное агентство «АБАКАН».

МУП «ИРТА «Абакан» является рекламодателем рекламного модуля Медицинского центра «Физио-МЕД», указанное обстоятельство подтверждается:

- договором от 12.02.2016 г. № 2016/РС/00 на осуществление информационного обслуживания;
- актом оказанных услуг от 16.02.2016 № У00214;
- платежным поручением от 24.02.2016 № 003.
- макетом рекламного модуля «Физио-МЕД».

МУП «ИРТА «Абакан» является также рекламодателем ненадлежащей рекламной статьи о медицинских услугах, в которых содержится рекламный модуль «Физио-МЕД», указанное обстоятельство подтверждается письменными пояснениями ответчика о том, что данные статьи написал сотрудник редакции газеты «Абакан», привлекая при этом врача – физиотерапевта из рекламируемого в каждой статье Медицинского центра «Физио-МЕД».

Комиссия Хакасского УФАС России, рассмотрев материалы дела и оценив пояснения представителей Ответчика, приходят к выводу, что в выпусках газеты «Абакан» под номерами 6, 8, 9, 10 размещены статьи рекламного характера с нарушением части 7 статьи 24 Закона о рекламе, учитывая следующее.

В газете «Абакан» под номером 6 содержится рекламная информация, адресованная неопределенному кругу лиц, направленная на поддержание интереса к объектам рекламирования таким как: электрофорез, лазеротерапия, галотерапия.

В газете «Абакан» под номером 10 содержится рекламная информация, адресованная неопределенному кругу лиц, сформированная на поддержание интереса к объектам рекламирования таким как: медицинский массаж, классический массаж.

В данных номерах газеты о вышеуказанных медицинских услугах рассказывает врач - физиотерапевт <...>.

В газете «Абакан» под номерами 8 и 9 также содержится рекламная информация о медицинских услугах таких как: озонотерапия, лазерно-вакуумный массаж, миостимуляция, микротоковая терапия, ультразвуковой массаж, ультрафонофорез, прессотерапия, а также призыв посетить Медицинский центр «Физио-МЕД», для того чтобы получить данные услуги.

Также в данных номерах газеты имеется информация, что врач - физиотерапевт <...> является руководителем данного Медицинского центра, рекламируемого посредством рекламного модуля, который расположен в тексте каждой рассматриваемой статьи, который в свою очередь подтверждает, что данные статьи являются именно рекламой медицинских услуг.

Согласно пункту 4 статьи 2 раздела 1 Федерального закона от 21.11.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» (далее – Закон об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации) медицинская услуга - медицинское вмешательство или комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение.

В соответствии с пунктом 10 статьи 2 раздела 1 Закона об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации медицинская деятельность - профессиональная деятельность по оказанию медицинской помощи, проведению медицинских экспертиз, медицинских осмотров и медицинских освидетельствований, санитарно-противоэпидемических (профилактических) мероприятий и профессиональная деятельность, связанная с трансплантацией (пересадкой) органов и (или) тканей, обращением донорской крови и (или) ее компонентов в медицинских целях.

Из Письма Министерства здравоохранения Российской Федерации от 25 марта 2014 г. N 25-3/3011657-1339 следует, что в соответствии с [частями 6 и 7 статьи 24](#) Федерального закона "О рекламе" сообщение в рекламе о свойствах и характеристиках, в том числе о способах применения и использования, медицинских изделий допускается только в пределах показаний, содержащихся в утвержденных в установленном порядке инструкциях по применению и использованию таких объектов рекламирования. Реклама лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, в том числе методов лечения, должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

Возможность самостоятельного применения медицинских изделий в домашних условиях не означает допустимость их применения пациентами по собственному усмотрению, без назначения, установленного медицинским специалистом.

Из пункта 22 Постановления ВАС от 8 октября 2012 г. № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами федерального закона "О рекламе"» следует, что согласно [части 7 статьи 24](#) Закона о рекламе реклама лекарственных средств и медицинских услуг должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению.

Понятие и перечень медицинских услуг определены [Номенклатурой](#) медицинских услуг, утвержденной приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 27.12.2011 N 1664н.

Согласно таблице, представленной в вышеуказанной Номенклатуре медицинских услуг, к медицинским услугам относятся следующие вышеуказанные услуги: лазеротерапия, галотерапия, озонотерапия, лазерно-вакуумный массаж, миостимуляция, микротоковая терапия, ультразвуковой массаж,

ультрафонофорез, электрофорез, прессотерапия, медицинский массаж. Все перечисленные медицинские услуги рекламируются в рассматриваемых выпусках газеты «Абакан».

Таким образом, вышеуказанная реклама, размещенная в газете «Абакан» под номерами 6, 8, 9, 10 является ненадлежащей и нарушающей часть 7 статьи 24 Закона о рекламе, так как данная реклама размещалась без предупредительной надписи о возможных противопоказаниях и необходимой консультации специалиста.

Указанное нарушение рекламного законодательства образует состав административного правонарушения, предусмотренного частью 5 статьи 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.

В соответствии с частью 1 статьи 28.3 КоАП РФ протоколы об административных правонарушениях составляются должностными лицами органов, уполномоченных рассматривать дела об административных правонарушениях в пределах компетенции соответствующего органа.

Согласно статьи 23.48 КоАП РФ территориальные антимонопольные органы уполномочены рассматривать дела об административных правонарушениях, предусмотренных статьей 14.3 КоАП РФ, устанавливающей ответственность должностных лиц за нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе.

Поводом к возбуждению дела об административном правонарушении послужило непосредственное обнаружение должностным лицом данных, указывающих на наличие события административного правонарушения.

В соответствии со статьей 2.4. КоАП РФ административной ответственности подлежит должностное лицо в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

<...> на основании приказа № 380 от 24.08.2015 г. назначен Главным редактором газеты «Абакан» с 24.08.2015 г.

Согласно пункту 4.2 Должностной инструкции Главного редактора газеты «Абакан», утвержденной Директором МУП ИРТА «Абакан» 12.09.2015 г., Главный редактор несет ответственность за правонарушения, совершенные в процессе осуществления своей деятельности – в пределах, определенных административным, уголовным и гражданским законодательством Российской Федерации.

В связи с чем, 12.05.2016 года заказным письмом по месту работы должностного лица <...> было направлено уведомление о составлении протокола. Указанное уведомление было получено <...> 25.05.2016 года.

01.06.2016 года в присутствии <...> был составлен протокол об административном правонарушении. Определением о назначении времени и места рассмотрения дела № 5-Р-16-АП об административном правонарушении дело назначено к рассмотрению на 12.07.2016 года в 09 часов 30 минут.

11.07.2016 года (вх. № 3666) в адрес Хакасского УФАС России поступили письменные возражения <...>, в которых было изложено следующее.

С принятым решением по делу № 5-Р-16 <...> не согласен. Наличие признаков рекламы в рассматриваемых публикациях газеты «Абакан» за 2016 год под номерами 6 и 10 отрицает ввиду нижеследующего.

Согласно пункту 1 части 3 Закона о рекламе реклама - 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.

В соответствии с разъяснениями ФАС России от 14.06.2012 г. «О порядке применения статьи 18 Федерального закона «О рекламе»» под рекламой понимается определенная неперсонифицированная информация, направленная на продвижение определенного объекта рекламирования, даже если она направляется по определенному адресному списку.

Публикации под номерами 6 и 10 содержат информацию о разных процедурах, в том числе и об альтернативных методах профилактики заболеваний в домашних условиях, что говорит об отсутствии намерений сформировать у читателей интерес к определенным услугам, как непосредственно к объекту рекламирования.

Согласно пункту 3 части 2 статьи 2 Закона о рекламе настоящий Федеральный закон не распространяется справочно-информационные и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой.

На основании вышеизложенного <...> полагает необходимым оценить публикации газеты «Абакан» за 2016 год под номерами 6 и 10 как информационные, не содержащие сведений рекламного характера.

В отношении выпусков газеты «Абакан» за 2016 год под номерами 8 и 10 <...> поясняет, что в рубрике имеется рекламный модуль, размещенный в соответствии с действующим законодательством, который содержит требования, предусмотренные частью 7 статьи 24 Закона о рекламе. В каком формате должны размещаться указанные требования законодательством не предусмотрено, следовательно, подобное расположение предупреждения о возможных противопоказаниях <...> считает допустимым.

<...> утверждает, что такие услуги как: косметология, медицинский массаж, физиотерапия относятся к перечню работ (услуг), составляющих медицинскую деятельность согласно Постановлению Правительства Российской Федерации от 16.04.2012 года № 291 «О лицензировании медицинской деятельности (за

исключением указанной деятельности, осуществляемой медицинскими организациями и другими организациями, входящими в частную систему здравоохранения, на территории инновационного центра "Сколково")».

Понятие и перечень медицинских услуг определены [Номенклатурой](#) медицинских услуг, утвержденной приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 27.12.2011 N 1664н.

В соответствии с пунктом 10 статьи 2 раздела 1 Закона об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации медицинская деятельность - профессиональная деятельность по оказанию медицинской помощи, проведению медицинских экспертиз, медицинских осмотров и медицинских освидетельствований, санитарно-противоэпидемических (профилактических) мероприятий и профессиональная деятельность, связанная с трансплантацией (пересадкой) органов и (или) тканей, обращением донорской крови и (или) ее компонентов в медицинских целях.

В связи с этим судам необходимо учитывать, что правила, установленные [частью 7 статьи 24](#) Закона о рекламе, не распространяются на рекламу медицинской деятельности, не связанной с оказанием медицинских услуг и лекарственными средствами.

На основании вышеизложенного <...> просит прекратить дело об административном правонарушении на основании статьи 2.9 КоАП РФ и ограничиться устным замечанием в связи с тем, что случаев угрозы, охраняемых общественных отношений, а также причинения вреда в результате опубликованной информации в газете «Абакан» не установлено.

Рассмотрев возражения <...> изложенных в письменных пояснениях от 11.07.2016 года (вх. № 3666), прихожу к следующим выводам.

В газете «Абакан» под номером 6 содержится рекламная информация, адресованная неопределенному кругу лиц, направленная на поддержание интереса к объектам рекламирования, а именно к медицинским услугам таким как: электрофорез (код услуги: A17.08.001), лазеротерапия (код услуги: A18.05.019), галотерапия (код услуги: A20.30.018).

В газете «Абакан» под номером 8 содержится рекламная информация, адресованная неопределенному кругу лиц, направленная на поддержание интереса к объектам рекламирования, а именно к медицинским услугам таким как: озонотерапия (код услуги: A20.30.024).

В газете «Абакан» под номером 9 содержится рекламная информация, адресованная неопределенному кругу лиц, направленная на поддержание интереса к объектам рекламирования, а именно к медицинским услугам таким как: лазерно-вакуумный массаж (код услуги: A21.01.007), миостимуляция (код услуги: A17.30.024), микротоковая терапия (код услуги: A17.30.032), ультразвуковой массаж (код услуги: A22.04.002), ультрафонофорез (код услуги: A22.01.001.001), прессотерапия (код услуги: A17.30.009).

В газете «Абакан» под номером 10 содержится рекламная информация, адресованная неопределенному кругу лиц, направленная на поддержание

интереса к объектам рекламирования, а именно к медицинским услугам таким как: медицинский массаж (код услуги А21.01.001).

Таким образом рассматриваемая рекламная информация, распространенная в выпусках газеты «Абакан» под номерами 6,8,9,10 имеет все признаки, характеризующие понятие реклама, установленное частью 1 статьи 3 Закона о рекламе. Коды вышеизложенных медицинских услуг указаны в соответствии с [Номенклатурой](#) медицинских услуг, утвержденной приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 27.12.2011 N 1664н.

Также в пояснениях <...> приведены разъяснения ФАС России от 14.06.2012 года «О порядке применения статьи 18 Федерального закона «О рекламе»», которые в свою очередь поясняют законность применения данной статьи к распространению рекламы по сетям электросвязи. Например, таким как: смс-сообщения, телефонная связь, связь, осуществляемая посредством сети интернет. Так как рассматриваемая реклама нарушает часть 7 статьи 24 Закона о рекламе применение статьи 18 Закона о рекламе в рассматриваемом деле неуместно.

Рекламный модуль, опубликованный в статьях газеты под номерами 6,8,9,10 содержит предупреждение о противопоказаниях и о необходимости консультации специалиста, выполненное в соответствии с частью 7 статьи 24 Закона о рекламе, однако, соседствующие с рекламным модулем публикации, в которых содержится реклама медицинских услуг не содержат предупреждения, которое могло бы быть соответствующим части 7 статьи 24 Закона о рекламе.

Таким образом рассматриваемые публикации в газете «Абакан» под номерами 6,8,9,10 содержат сведения рекламного характера и не могут быть отнесены к справочно-информационным и аналитическим материалам, так как имеют в качестве основной цели - продвижение товара (услуг) на рынке.

Такие понятия как: «косметология» и «физиотерапия» могут включать в себя конкретные медицинские услуги, некоторые из них приведены выше, при этом каждая из них имеет свои противопоказания к применению.

Следовательно, при составлении данных публикаций должны учитываться правила, установленные частью 7 статьи 24 Закона о рекламе.

Таким образом, антимонопольным органом доказано и материалами дела подтверждается неисполнение <...> должностных обязанностей, предусмотренных пунктом 4.2 Должностной инструкции Главного редактора газеты «Абакан», утвержденной Директором МУП ИРТА «Абакан» 12.09.2015 г., что образует объективную сторону административного правонарушения, предусмотренного частью 5 статьи 14.3 КоАП РФ.

Оснований для применения статьи 2.9 КоАП РФ у Хакасского УФАС России также не имеется ввиду следующего.

Из положений статьи 2.9 КоАП РФ, разъяснений Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 24.03.2015 № 5 «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях» следует, что малозначительным административным

правонарушением является действие или бездействие, хотя формально и содержащее признаки состава административного правонарушения, но с учетом характера совершенного правонарушения и роли правонарушителя, размера вреда и тяжести наступивших последствий не представляющее существенного нарушения охраняемых общественных правоотношений.

В соответствии с абзацем 1 статьи 1 Закона о рекламе целями настоящего Федерального закона являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Совершенное <...> административное правонарушение в виде нарушения законодательства о рекламе посягает на установленный нормативными правовыми актами порядок общественных отношений в сфере производства, размещения и распространения рекламы.

Правонарушения в сфере рекламы медицинских услуг и методов диагностики заболевания обладают повышенной опасностью.

Общественные отношения, связанные с рекламой медицинских услуг и методов диагностики заболевания, являются одними из наиболее важных объектов правового регулирования в сфере здравоохранения. Посягательство на них всегда несет в себе существенную угрозу установленному публично-правовому порядку, поскольку непосредственно влияет на состояние здоровья человека.

Действия Хакасского УФАС России были направлены на реализацию положений Конституции Российской Федерации, которая признает человека высшей ценностью общества, право на жизнь – самым важным правом человека, принадлежащим ему от рождения (статьи [2](#), [17](#), [20](#)).

Конституция Российской Федерации признает право человека на охрану здоровья и медицинскую помощь (часть 1 статьи [41](#)).

В части 1 статьи [45 Конституции](#) Российской Федерации гарантируется государственная защита прав и свобод человека и гражданина в Российской Федерации.

Об общественной опасности правонарушений, связанных с рекламой медицинских услуг и методов диагностики заболевания, свидетельствует выделение законодателем ответственности за такие нарушения в отдельный состав - часть 5 статьи [14.3 КоАП](#) РФ.

В силу пункта 18.1 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 02.06.2004 N 10 "О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях", квалификация правонарушения как малозначительного может иметь место только в исключительных случаях.

Представленные письменные пояснения <...> не свидетельствуют об отсутствии угрозы общественным отношениям. Исключительных обстоятельств, свидетельствующих о малозначительности правонарушения, в рассматриваемом случае административным органом не установлено.

С учетом вышеуказанных обстоятельств нарушение рекламного законодательства и иных правовых актов о рекламе существенно нарушает охраняемые законом общественные правоотношения и поэтому не может рассматриваться как малозначительное правонарушение.

Факт совершения административного правонарушения <...> подтверждается протоколом по делу № 5-Р-16-АП об административном правонарушении от 01.06.2016 года, а также другими материалами дела.

Срок давности привлечения <...> к административной ответственности, установленный частью 1 статьи 4.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях за нарушение законодательства о рекламе, на момент вынесения настоящего постановления не истек.

В соответствии с частью 2 статьи 4.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях при назначении административного наказания физическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, личность виновного, его имущественное положение, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

Решая вопрос о виде и размере административного наказания, прихожу к выводу, что имеются обстоятельства, смягчающие административную ответственность: 1) совершение административного правонарушения впервые.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, не установлено. Документов, подтверждающих имущественное и финансовое положение привлекаемого лица, не представлено. Учитывая изложенное, считаю, что наказание в виде административного штрафа в минимальном размере, предусмотренном санкцией ч. 5 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, является справедливым и соразмерным.

Руководствуясь статьями 23.48, 29.9, а также статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

Признать <...> виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 5 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях и назначить ему наказание в виде административного штрафа в размере 10 000 (десять тысяч) рублей 00 копеек.

В соответствии с частью 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.

В соответствии с частью 5 статьи 3.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме.

Согласно Приказу Федеральной антимонопольной службы от 06.04.2016 года № 418/16 «Об осуществлении Федеральной антимонопольной службой Российской Федерации и территориальными органами ФАС России бюджетных полномочий главного администратора (администратора) доходов федерального бюджета» денежные взыскания (штрафы) за нарушение законодательства о рекламе, налагаемых федеральными органами государственной власти оплачиваются в федеральный бюджет.

Реквизиты для уплаты административного штрафа:

ИНН 1901021801, КПП 190101001

УФК по Республике Хакасия (Хакаское УФАС России),

р/с 40101810200000010001, отделение – НБ Республика Хакасия,

БИК 049514001,

Код ОКТМО 95 701 000,

Код бюджетной классификации 16111626000016000140 – «Денежные взыскания (штрафы) за нарушение законодательства о рекламе».

ID плательщика 0100000000009500100949643

В поле назначения платежа после основания, указать «в соответствии с частью 5 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях».

Копию документа, подтверждающего уплату административного штрафа, лицо, привлеченное к административной ответственности, направляет должностному лицу, вынесшему постановление, по факсу 8 (3902) 22-62-55.

Согласно части 1 статьи 20.25 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа, но не менее одной тысячи рублей, либо административный арест на срок до пятнадцати суток, либо обязательные работы на срок до пятидесяти часов.

В соответствии с пунктом 3 части 1 и частью 3 статьи 30.1, а также частью 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу, либо в суд в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно 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.

Постановление по делу об административном правонарушении выдано 12 июля 2016 года, вступает в законную силу с 25 июля 2016 года в соответствии с требованиями пунктов 1, 2 статьи 31.1 КоАП РФ.

Заместитель руководителя –

начальник отдела антимонопольного

законодательства и рекламы

«...»