

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания в виде предупреждения  
по делу № 063/04/14.3-268/2021 об административном правонарушении

21 мая 2021 г.  
Самара

г.

Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Самарской области (далее - Самарское УФАС России) <...>, рассмотрев протокол и материалы дела об административном правонарушении № 063/04/14.3-268/2021, возбужденного в отношении ООО «Бранд Медиа» (443068, Самарская обл., г. Самара, ул. Ново-Садовая, д. 106Б, офис 27, ОГРН 1166313106420, ИНН 6316223036, дата внесения в ЕГРЮЛ записи – 15.06.2016 г., наименование регистрирующего органа – Инспекция Федеральной налоговой службы по Красноглинскому району области, адрес регистрирующего орган – 443112, г. Самара, ул. Сергея Лазо, д. 2а),

в присутствии представителя:

ООО «Бранд Медиа» (443068, Самарская обл., г. Самара, ул. Ново-Садовая, д. 106Б, офис 27, ОГРН 1166313106420, ИНН 6316223036, дата внесения в ЕГРЮЛ записи – 15.06.2016 г., наименование регистрирующего органа – Инспекция Федеральной налоговой службы по Красноглинскому району области, адрес регистрирующего орган – 443112, г. Самара, ул. Сергея Лазо, д. 2а), – представителя по доверенности ООО «Бранд Медиа» <...> Лицо уведомялось надлежащим способом посредством почтовой связи, что подтверждается отчетом об отправке отправления с идентификатором 44312358170262 и атрибутом «вручение адресату почтальоном 11.05.2021г»; списком внутренних почтовых отправлений № 2 от 06.05.2021 г., чеком ККМ от 06.05.2021 г.

УСТАНОВИЛ:

Самарским УФАС России при осуществлении государственной функции по контролю за соблюдением законодательства РФ о рекламе 27.01.2021 г. на территории г. Самара, на стене здания ТЦ Захар по ул. Ново-Садовая, д. 106 обнаружен медиафасад с рекламой следующего содержания:

«Центр врачебной подологии MARYMED Наш опыт у ваших ног БЕЗ БОЛИ И ОПЕРАЦИИ ул. Солнечная, д. 28А 8(846) 211-47-81».

Данная реклама содержит признаки нарушения рекламного законодательства, а именно ч. 7 ст. 24 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе»).

Согласно п. 1 ст. 3 ФЗ «О рекламе», реклама – это информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В соответствии со ст. 3 ФЗ «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; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В рассматриваемой рекламной информации объектом рекламирования являются медицинские услуги.

Согласно ч. 1 ст. 5 ФЗ «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В рекламной информации следующего содержания: «Центр врачебной подологии MARYMED Наш опыт у ваших ног БЕЗ БОЛИ И ОПЕРАЦИИ ул. Солнечная, д. 28А 8(846) 211-47-81» отсутствует предупреждение о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

Ч. 7 ст. 24 ФЗ «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 и такому предупреждению должно быть отведено не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

Предупредительная надпись в рекламе медицинских услуг должна быть четко и ясно доведена до потребителей рекламы для адекватного восприятия.

В рассматриваемом случае предупредительная надпись в рекламном образце центра врачебной подологии MARYMED отсутствует, что подтверждается документами (рекламный макет).

Как указано в п. 28 Постановления пленума ВАС РФ № 58, рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые ФЗ «О рекламе», в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей.

Таким образом, реклама центра врачебной подологии MARYMED содержит признаки нарушения ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе».

Кроме того, в данной рекламе содержатся признаки ч. 11 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

Согласно ч. 11 ст. 5 ФЗ «О рекламе» при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

В соответствии с п. 10 ч. 1 ст. 3 Федерального закона «О государственном языке в Российской Федерации» государственный язык Российской Федерации (русский язык) подлежит обязательному использованию в рекламе.

В ч. 2 ст. 3 Федерального закона "О государственном языке Российской Федерации" указан порядок использования в рекламе текстов на иностранном языке.

В силу данной нормы, в рекламе допускается использование иностранных слов и выражений, если одновременно в рекламе присутствует их идентичный перевод на русский язык.

Перевод должен в полной мере отражать смысловое содержание текста на иностранном языке, а также должен быть выполнен в той же манере, что и текст на иностранном языке.

В спорном рекламном образце отсутствует перевод иностранного слова MARYMED на русский язык.

Таким образом, действия ООО «Подологический центр», ООО «Бренд Медиа» содержат признаки нарушения ч. 11 ст. 5, ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с ч. 6 ст. 38 ФЗ «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных ч. 7 ст. 24 настоящего закона.

Согласно ч. 7 ст. 38 ФЗ «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных ч. 7 - 9 статьи 24 ФЗ «О

рекламе».

На основании п. 2 ч. 1 ст. 33, ч. 1, 2 ст. 36 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с п. 24-26 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Самарского УФАС России возбудила производство по делу № 063/05/24-161/2021 по признакам нарушения рекламного законодательства.

ООО «Подологический центр» предоставило пояснения и документы (вх. № 1916-з от 03.03.2021г.), согласно которым указало следующее.

ООО «Подологический центр» наивно полагаясь на компанию по предоставлению рекламного места, согласовав с ними, нами произведенный рекламный сюжет в виде ролика 5 секунд, получив одобрение, совершило нелепую ошибку, не проконтролировало наличие обязательного текста (наличие противопоказаний и необходимости консультации специалиста, занимающего 5-7%) в рекламе медицинских услуг, который знало и применяло все годы существования ООО «Подологический центр» и ни один «рекламщик» ранее нас не пропускал без этого текста, на любом носителе закладывалось место под эту фразу. Общество являясь микропредприятием, пытаюсь выживать, в предновогодней суете, явном спаде пациентов, сложной ситуации, связанной с пандемией, зная, что этой фразы ну не может не быть, «она зашита уже в подкорку», про нее даже не вспомнили... Тем не менее, эта фраза есть у нас даже на сайте [www.podolog63.ru](http://www.podolog63.ru)

Кроме того, согласно определению, в этой рекламе содержатся признаки ч. 11 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

В данном ролике Общество разместили логотип и слоган, торговое наименование MARYMED (составлялось из двух слов Мария и Медицина- МАРИМЕД- центр врачебной подологии. «Наш опыт у ваших ног») которое, когда-нибудь будем пытаться патентовать, с целью отстраниться от подологов - педикюрщиц, лиц без медицинского образования, которых в последнее время становится все больше и больше, и пациенты становятся дезориентированы и идут решать проблемы со стопой (вросший ноготь, грибок, посттравматические подногтевые гематомы и т.д.), требующие медицинской квалификации, в салоны, на дом, парикмахерские и т.д., чем подвергают риску здоровье или, как нередко, наносят себе вред.

На нашем сайте есть гиперссылка где МАРИМЕД прописан русским языком в шрифте логотипа. Как контролирующий орган, прошу вас прояснить как было бы правильно.

Реклама на медиафасаде была размещена первый раз за все время существования клиники, повторно использоваться не будет, она прекращена без возобновления, данный опыт жестко подвергает сомнению желание в принципе размещаться у непроверенных рекламодателей.

Данная реклама на территории Российской Федерации транслировалась только в одной точке, по адресу г. Самара, ул. Ново-Садовая, д.106 медиафасад ТЦ «Захар» с 24.12.2020 г. по 21.02.2021 г.

ООО «Бренд-Медиа» во исполнение запроса были представлены документы (вх. № 1155-з от 10.02.2021г.), а именно копия договора от 18.12.2020г. № 18/12/2020, копия акта выполненных работ № 46 от 22.01.2021г., копии счетов на оплату № 46 от 22.01.2021г., № 2 от 19.01.2021г., копии платежных поручений №№ 583 от 18.12.2020г., 18 от 22.01.2021г., эфирная справка, рекламный макет.

Заслушав объяснения ООО «Подологический центр», ООО «Бренд Медиа» рассмотрев материалы дела № 063/05/24-161/2020, Комиссия Самарского УФАС России пришла к следующему выводу.

В соответствии со статьей 3 ФЗ «О рекламе» реклама – это 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 поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке.

Согласно статьи 3 ФЗ «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; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Ч. 7 ст. 24 ФЗ «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 и такому предупреждению должно быть отведено не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

Предупредительная надпись в рекламе медицинских услуг должна быть четко и ясно доведена до потребителей рекламы для адекватного восприятия.

В рассматриваемом случае предупредительная надпись в рекламном образце центра врачебной подологии MARYMED отсутствует, что подтверждается документами (рекламный макет).

Как указано в п. 28 Постановления пленума ВАС РФ № 58, рекламодаделец вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые ФЗ «О рекламе», в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей.

Таким образом, реклама центра врачебной подологии MARYMED содержит признаки нарушения ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе».

Как установлено материалами дела, между ООО «Подологический центр» и ООО «Бренд Медиа» заключен договор от 18.12.2020г. № 18/12/2020, согласно которому заказчик поручает, а исполнитель принимает на себя обязательства по оказанию услуг по размещению, производству рекламно-информационных материалов заказчика, на рекламных конструкциях по адресам, указанным в соответствующих приложениях.

Согласно данному договору ООО «Бренд Медиа» разместило на медиафасаде здания ТЦ Захар по ул. Ново-Садовая, д. 106 рекламный макет ООО «Подологический центр» следующего содержания: Центр врачебной подологии MARYMED Наш опыт у ваших ног БЕЗ БОЛИ И ОПЕРАЦИИ ул. Солнечная, д. 28А 8(846) 211-47-81» без предупредительной надписи о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости получения консультации специалистов.

В данной рекламе также содержатся признаки ч. 11 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

Согласно ч. 11 ст. 5 ФЗ «О рекламе» при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

В соответствии с п. 10 ч. 1 ст. 3 Федерального закона «О государственном языке в Российской Федерации» государственный язык Российской Федерации (русский язык) подлежит обязательному использованию в рекламе.

В ч. 2 ст. 3 Федерального закона "О государственном языке Российской Федерации" указан порядок использования в рекламе текстов на иностранном

языке.

В силу данной нормы, в рекламе допускается использование иностранных слов и выражений, если одновременно в рекламе присутствует их идентичный перевод на русский язык.

Перевод должен в полной мере отражать смысловое содержание текста на иностранном языке, а также должен быть выполнен в той же манере, что и текст на иностранном языке.

В спорном рекламном образце отсутствует перевод иностранного слова MARYMED на русский язык.

Таким образом, действия ООО «Подологический центр» содержат признаки нарушения ч. 11 ст. 5, ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с ч. 6 ст. 38 ФЗ «О рекламе» рекламодаделец несет ответственность за нарушение требований, установленных ч. 7 ст. 24 настоящего закона.

Согласно ч. 7 ст. 38 ФЗ «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных ч. 7 - 9 статьи 24 ФЗ «О рекламе».

ООО «Подологический» является рекламодателем указанной рекламы, что подтверждается следующими обстоятельствами:

1. Письменными объяснениями вх. № 1916-з от 03.03.2021г. № 1330-з;
2. Служебной запиской Самарского УФАС России от 19.02.2021г.;
3. Договором, заключенным между ООО «Подологический центр» и ООО «Бренд Медиа» от 18.12.2020г. № 18/12/2020;
4. Лицензией от 20.11.2019г. № ЛО-63-01-005332;
5. Актами выполненных работ № 46 от 22.01.2021г. № 2 от 21.02.2021г.;
6. Актом приема-передачи от 23.12.2020г.
7. Счетами на оплату № 46 от 22.01.2021г., № 2 от 19.01.2021г.;
8. Платежными поручениями №№ 583 от 18.12.2020г., 18 от 22.01.2021г.;
9. Эфирной справкой;
10. Рекламным макетом.

ООО «Бренд Медиа» является рекламодателем указанной рекламы, что подтверждается следующими обстоятельствами:

1. Служебной запиской Самарского УФАС России от 19.02.2021г.;
2. Договором, заключенным между ООО «Подологический центр» и ООО «Бренд Медиа» от 18.12.2020г. № 18/12/2020;
3. Актом выполненных работ № 46 от 22.01.2021г.;
4. Счетами на оплату № 46 от 22.01.2021г., № 2 от 19.01.2021г.;
5. Платежными поручениями №№ 583 от 18.12.2020г., 18 от 22.01.2021г.;
6. Эфирной справкой;
7. Рекламным макетом.

Одной из целей ФЗ «О рекламе» является реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы (статья 1 ФЗ «О рекламе»). Закон направлен на предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Регулирование отношений, возникающих в сфере распространения рекламы, имеет своей целью обеспечение эффективного баланса интересов потребителей рекламы и заказчиков рекламы, рекламопроизводителей и рекламодателей.

Пунктом 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» установлено, что реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Поскольку в настоящее время реклама, размещенная ООО «Подологический

центр» на медиафасаде здания ТЦ Захар по ул. Ново-Садовая, д. 106 следующего содержания: Центр врачебной подологии MARYMED Наш опыт у ваших ног БЕЗ БОЛИ И ОПЕРАЦИИ ул. Солнечная, д. 28А 8(846) 211-47-81», не распространяется, у Комиссии Самарского УФАС России отсутствуют основания для выдачи предписания.

Комиссия Самарского УФАС России 24.03.2021г. приняла решение о нарушении ООО «Подологический центр», ООО «Бранд Медиа» требований законодательства РФ о рекламе, а именно ч. 11 ст. 5, ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе».

Ч. 5 ст. 14.3 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность за 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.

Дата совершения административного правонарушения – 27.01.2021г., место совершения административного правонарушения – ТЦ Захар по ул. Ново-Садовая, д. 106 (на стене здания, место размещения рекламной конструкции).

В адрес ООО «Бранд Медиа» 24.03.2021г. было направлено определение о возбуждении дела № 063/04/14.3-268/2021 об административном правонарушении по части 5 статьи 14.3 КоАП РФ, содержащее дату составления протокола об административном правонарушении – 16.04.2021г., что подтверждается списком внутренних почтовых отправлений № 1 от 26.03.2021г., кассовым чеком от 26.03.2021г., отчетом об отслеживании почтовых отправлений с почтовым идентификатором 44312355139736 и атрибутом «вручение адресату почтальоном 30.03.2021г», а также по электронной почте.

В назначенную дату и время на составление протокола лицо не явилось, предоставило ходатайство о составлении протокола в его отсутствие (исх. № 9 от 16.04.2021г.). Лицо уведомлялось надлежащим образом. ООО «Бранд Медиа» предоставило документы (вх. № 2734-з от 05.04.2021г.), запрошенные в определении.

Согласно пояснениям ООО «Бранд Медиа», понятие «медицинская деятельность» шире чем понятие «медицинская услуга». В связи с этим, необходимо учитывать, что правила, установленные ч. 7 ст. 24 ФЗ «О рекламе» не распространяются на рекламу медицинской деятельности, не связанной с оказанием медицинских услуг и лекарственными средствами. Считают, что в спорной рекламе Центра врачебной подологии MARYMED усматривается реклама медицинского центра, т.е. медицинской организации и не содержит рекламы лекарственных препаратов, медицинских услуг. В рассматриваемом случае, реклама не содержит сведений о конкретных медицинских услугах, видах, о методах профилактики. Таким образом, при размещении данной рекламы ООО «Бранд Медиа» полагало, что реклама не содержит рекламы лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг.

Определением о назначении времени и места рассмотрения дела № 063/04/14.3-267/2021 об административном правонарушении (исх. № 3923/8 от 19.04.2021г.) дело было назначено к рассмотрению на 04.05.2021г. г. посредством видеоконференцсвязи (далее – ВКС).

В связи с тем, что Указом Президента РФ от 23.04.2021г. № 242 «Об установлении на территории РФ нерабочих дней в мае 2021г. с 4 по 7 мая 2021г. были установлены нерабочие дни, Самарское УФАС России определением от 04.05.2021г. № 4412/8 продлило срок рассмотрения дела № 063/04/14.3-268/2021 на 1 месяц.

Определением о назначении времени и места рассмотрения дела № 063/04/14.3-267/2021 об административном правонарушении (исх. № 4413/8 от 04.05.2021г.) дело было назначено к рассмотрению на 20.05.2021г. посредством ВКС.

В назначенную дату и время на рассмотрение дела явился представитель по доверенности ООО «Бранд Медиа» <...> Лицо уведомлялось надлежащим образом посредством почтовой связи, что подтверждается отчетом об отправке отправления с идентификатором 44312358170262 и атрибутом «вручение адресату почтальоном 11.05.2021г. г»; списком внутренних почтовых отправлений № 1 от 06.05.2021г., чеком ККМ от 06.05.2021г., а также уведомлялось по электронной почте, что подтверждается материалами дела.

Самарское УФАС России не соглашается с доводами ООО «Бранд Медиа», поскольку Центр врачебной подологии MARYMED оказывает медицинские услуги на основании медицинской лицензии от 04.10.2013г. № ЛО-63-01-002246 и рекламирует медицинские услуги «наш опыт у ваших ног без боли и операции».

Факт совершения правонарушения ООО «Бранд Медиа» подтверждается протоколом по делу № 063/04/14.3-268/2021 об административном правонарушении, а также другими материалами дела № 063/05/24-161/2021.

Также рассмотрен вопрос о возможности применения норм статьи 2.9 КоАП РФ, оснований для признания правонарушения малозначительным не установлено. Правонарушение совершенно виновно, поскольку лицо, осуществляя действия по размещению рекламы, должно соблюдать требования действующего законодательства Российской Федерации, в том числе о рекламе, но не предприняло все возможные действия по его соблюдению при размещении указанной выше рекламы.

Данные действия ООО «Бранд Медиа» прямо противоречат целям Закона о рекламе. В свою очередь, возможность привлечения лица к административной ответственности не поставлена законодателем в зависимость от наступления вредных последствий и причинения материального ущерба.

При этом прекращение правонарушения не является обстоятельством, свидетельствующим об отсутствии факта нарушения, а также о признании его малозначительным. Данная позиция закреплена Постановлением Пленума ВАС РФ от 02.06.2004 года № 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях». При этом согласно пункту 18.1 данного Постановления квалификация правонарушения как малозначительного может иметь место только в исключительных случаях и производится с учетом положений пункта 18 настоящего Постановления применительно к обстоятельствам конкретного совершенного лицом деяния.

За нарушение законодательства о рекламе вышеуказанными лицами иного порядка привлечения к ответственности нормами КоАП РФ не установлено.

Рассматриваемое правонарушение не может быть признано малозначительным. По своему характеру нарушение имеет значительную степень общественной опасности.

О существенной общественной опасности нарушения свидетельствует и значительная санкция, предусмотренная законом за данное нарушение, подтверждающая, что законодателем данное нарушение отнесено к категории значительных.

При вынесении постановления учитывается факт того, что сведения о данном обществе включены в Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства.

На основании статьи 3 Федерального закона от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (далее – ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации») субъекты малого и среднего предпринимательства - это хозяйствующие субъекты (юридические лица и индивидуальные предприниматели), отнесенные в

соответствии с условиями, установленными настоящим Федеральным законом, к малым предприятиям, в том числе к микропредприятиям, и средним предприятиям. Часть 1 статьи 4 ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» предусматривает, что к субъектам малого и среднего предпринимательства относятся зарегистрированные в соответствии с законодательством Российской Федерации и соответствующие условиям, установленным частью 1.1 настоящей статьи, хозяйственные общества, хозяйственные партнерства, производственные кооперативы, потребительские кооперативы, крестьянские (фермерские) хозяйства и индивидуальные предприниматели.

В соответствии с частью 1.1 статьи 4 ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», в целях отнесения хозяйственных обществ, хозяйственных партнерств, производственных кооперативов, потребительских кооперативов, крестьянских (фермерских) хозяйств и индивидуальных предпринимателей к субъектам малого и среднего предпринимательства должны выполняться следующие условия:

1) для хозяйственных обществ, хозяйственных партнерств должно быть выполнено хотя бы одно из следующих требований:

а) суммарная доля участия Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, муниципальных образований, общественных и религиозных организаций (объединений), благотворительных и иных фондов (за исключением суммарной доли участия, входящей в состав активов инвестиционных фондов) в уставном капитале общества с ограниченной ответственностью не превышает двадцать пять процентов, а суммарная доля участия иностранных юридических лиц и (или) юридических лиц, не являющихся субъектами малого и среднего предпринимательства, не превышает сорок девять процентов. Ограничение в отношении суммарной доли участия иностранных юридических лиц и (или) юридических лиц, не являющихся субъектами малого и среднего предпринимательства, не распространяется на общества с ограниченной ответственностью, соответствующие требованиям, указанным в подпунктах "в" - "д" настоящего пункта;

б) акции акционерного общества, обращающиеся на организованном рынке ценных бумаг, отнесены к акциям высокотехнологичного (инновационного) сектора экономики в порядке, установленном Правительством Российской Федерации;

в) деятельность хозяйственных обществ, хозяйственных партнерств заключается в практическом применении (внедрении) результатов интеллектуальной деятельности (программ для электронных вычислительных машин, баз данных, изобретений, полезных моделей, промышленных образцов, селекционных достижений, топологий интегральных микросхем, секретов производства (ноу-хау), исключительные права на которые принадлежат учредителям (участникам) соответственно таких хозяйственных обществ, хозяйственных партнерств - бюджетным, автономным научным учреждениям либо являющимся бюджетными учреждениями, автономными учреждениями образовательным организациям высшего образования;

г) хозяйственные общества, хозяйственные партнерства получили статус участника проекта в соответствии с Федеральным законом от 28 сентября 2010 года N 244-ФЗ "Об инновационном центре "Сколково";

д) учредителями (участниками) хозяйственных обществ, хозяйственных партнерств являются юридические лица, включенные в утвержденный Правительством Российской Федерации перечень юридических лиц, предоставляющих государственную поддержку инновационной деятельности в формах,

установленных Федеральным законом от 23 августа 1996 года N 127-ФЗ "О науке и государственной научно-технической политике". Юридические лица включаются в данный перечень в порядке, установленном Правительством Российской Федерации, при условии соответствия одному из следующих критериев:

- юридические лица являются публичными акционерными обществами, не менее пятидесяти процентов акций которых находится в собственности Российской Федерации, или хозяйственными обществами, в которых данные публичные акционерные общества имеют право прямо и (или) косвенно распоряжаться более чем пятьюдесятью процентами голосов, приходящихся на голосующие акции (доли), составляющие уставные капиталы таких хозяйственных обществ, либо имеют возможность назначать единоличный исполнительный орган и (или) более половины состава коллегиального исполнительного органа, а также возможность определять избрание более половины состава совета директоров (наблюдательного совета);

- юридические лица являются государственными корпорациями, учрежденными в соответствии с Федеральным законом от 12 января 1996 года № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях»;

- юридические лица созданы в соответствии с Федеральным законом от 27 июля 2010 года № 211-ФЗ «О реорганизации Российской корпорации нанотехнологий»;

2) среднесписочная численность работников за предшествующий календарный год хозяйственных обществ, хозяйственных партнерств, соответствующих одному из требований, указанных в пункте 1 настоящей части, производственных кооперативов, потребительских кооперативов, крестьянских (фермерских) хозяйств, индивидуальных предпринимателей не должна превышать следующие предельные значения среднесписочной численности работников для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства:

а) от ста одного до двухсот пятидесяти человек для средних предприятий;

б) до ста человек для малых предприятий; среди малых предприятий выделяются микропредприятия - до пятнадцати человек;

3) доход хозяйственных обществ, хозяйственных партнерств, соответствующих одному из требований, указанных в пункте 1 настоящей части, производственных кооперативов, потребительских кооперативов, крестьянских (фермерских) хозяйств и индивидуальных предпринимателей, полученный от осуществления предпринимательской деятельности за предшествующий календарный год, который определяется в порядке, установленном законодательством Российской Федерации о налогах и сборах, суммируется по всем осуществляемым видам деятельности и применяется по всем налоговым режимам, не должен превышать предельные значения, установленные Правительством Российской Федерации для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства.

Пункт 1 Постановления Правительства Российской Федерации от 04.04.2016 г. № 265 «О предельных значениях дохода, полученного от осуществления предпринимательской деятельности, для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства», установлены следующие предельные значения дохода, полученного от осуществления предпринимательской деятельности за предшествующий календарный год, определяемого в порядке, установленном законодательством Российской Федерации о налогах и сборах, суммируемого по всем осуществляемым видам деятельности и применяемого по всем налоговым режимам, для следующих категорий субъектов малого и среднего предпринимательства: микропредприятия - 120 млн. рублей; малые предприятия - 800 млн. рублей; средние предприятия - 2 млрд. рублей.

Следовательно, ООО «Бранд Медиа» подпадает под вышеуказанные критерии

субъекта малого и среднего предпринимательства.

Согласно частям 1, 2, 3 статьи 3.4 КоАП РФ, предупреждение - мера административного наказания, выраженная в официальном порицании физического или юридического лица. Предупреждение выносится в письменной форме. 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. 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 может быть заменено являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицу, осуществляющему предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, или юридическому лицу, а также их работникам на предупреждение в соответствии со статьей 4.1.1 настоящего Кодекса.

Под созданием угрозы причинения вреда жизни и здоровью людей следует понимать возникновение таких обстоятельств, которые повлекли бы вредные последствия, если бы не были прерваны обстоятельствами, не зависящими от поведения лица, привлекаемого к административной ответственности. Угроза причинения вреда жизни и здоровью людей предполагает наличие конкретной опасности реального причинения вреда жизни и здоровью людей.

Таким образом, в действиях ООО «Бранд Медиа» не установлено наличие 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 отсутствие имущественного ущерба.

На основании части 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ, являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицам, осуществляющим предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, и юридическим лицам, а также их работникам за впервые совершенное административное правонарушение, выявленное в ходе осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля, в случаях, если 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.

При рассмотрении дела учтены нормы части 3 статьи 4.1, статей 4.2 и 4.3 КоАП РФ, обстоятельств, отягчающих административную ответственность, не установлено, при этом установлено наличие обстоятельства, смягчающего ответственность:

- совершение административного правонарушения впервые;
- оказание лицом, совершившим административное правонарушение, содействия органу, уполномоченному осуществлять производство по делу об административном правонарушении, в установлении обстоятельств, подлежащих

установлению по делу об административном правонарушении.

На основании вышеизложенного и руководствуясь статьей 33 ФЗ «О рекламе», статьями 4.1 — 4.3, частью 1 статьи 14.3, статьями 23.48, 29.9, 29.10, 31.5 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать ООО «Бранд Медиа» (443068, Самарская обл., г. Самара, ул. Ново-Садовая, д. 106Б, офис 27, ОГРН 1166313106420, ИНН 6316223036, дата внесения в ЕГРЮЛ записи – 15.06.2016 г., наименование регистрирующего органа – Инспекция Федеральной налоговой службы по Красноглинскому району области, адрес регистрирующего орган – 443112, г. Самара, ул. Сергея Лазо, д. 2а) виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 5 статьи 14.3 КоАП РФ.

2. На основании статьи 4.1.1 КоАП РФ применить к ООО «Бранд Медиа» меру ответственности в виде предупреждения за нарушение законодательства о рекламе.

В соответствии с пунктом 3 части 1 и частью 3 статьи 30.1 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении, вынесенное должностным лицом может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу либо в районный суд по месту рассмотрения дела. Постановление по делу об административном правонарушении, совершенном юридическим лицом или лицом, осуществляющим предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, обжалуется в арбитражный суд в соответствии с арбитражным процессуальным законодательством.

На основании статьи 30.3 КоАП жалоба на постановление по делу об административном правонарушении может быть подана в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно статье 31.1. КоАП 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.

В соответствии с пунктом 3 части 1, части 3 статьи 30.1 и статьей 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 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

<...>