Ч<...>

ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 30

о назначении административного наказания

по делу №022/05/14.3-38/2019 об административном правонарушении

25 апреля 2019г. г. Барнаул

Я, врио руководителя управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю С<...>, рассмотрев протокол должностного лица управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю от 12.03.2019г. и материалы дела №022/05/14.3-38/2019 об административном правонарушении, возбужденного в отношении гражданина РФ Ч<...> ИНН: 220409142549,<...> и другие материалы дела №022/05/14.3-38/2019 об административном правонарушении,

УСТАНОВИЛ:

Гр. РФ Ч<...> . на рассмотрение дела об административном правонарушении не явился.

В соответствии с ч.2 ст.25.1 КоАП РФ дело об административном правонарушении рассматривается с участием лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении. В отсутствие указанного лица дело может быть рассмотрено лишь в случаях, предусмотренных ч.3 ст.28.6 КоАП РФ, либо если имеются данные о надлежащем извещении лица о месте и времени рассмотрения дела и если от лица не поступало ходатайство об отложении рассмотрения дела либо если такое ходатайство оставлено без удовлетворения.

Согласно п. 63 постановления Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 23.06.2015 №25 «О применении судами некоторых положений раздела I части Гражданского кодекса Российской Федерации» по смыслу п.1 ст. 165.1 ГК РФ, юридически значимое сообщение, адресованное гражданину, должно быть направлено по адресу его регистрации по месту жительства или пребывания либо по адресу, который гражданин указал сам (например, в тексте договора), либо его представителю. При этом необходимо учитывать, что гражданин несет риск последствий неполучения юридически значимых сообщений, а также риск отсутствия по указанным адресам своего представителя. Сообщения, доставленные по названным адресам, считаются полученными, даже если соответствующее лицо фактически не проживает (не находится) по указанному адресу.

Определение о назначении времени и места рассмотрения дела (исхд. №1114/7 от 12.03.2019г.) и определение о продлении срока и об отложении рассмотрения дела об административном правонарушении (исхд. №1406/7 от 27.03.2019г.) отправлены Ч<...> . по адресу регистрации: <...>, заказным письмом с уведомлением о вручении. По данному адресу Ч<...>. почтовую корреспонденцию не получает.

Таким образом, с учетом изложенного, антимонопольным органом предприняты все возможные в рамках полномочий попытки уведомить Ч<...>. о месте, времени и дате рассмотрения дела об административном правонарушении.

На основании изложенного, Ч<...> считается уведомленным о дате, месте и времени рассмотрения дела надлежащим образом, ходатайств от указанного лица в антимонопольный орган не поступало.

В соответствии со ст. 29.7 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях принято решение о рассмотрении дела в отсутствие лица, привлекаемого к административной ответственности.

Согласно протоколу об административном правонарушении от 12.03.2019г. в действиях гр. РФ Ч<...> допущено нарушение п.2 ч.3 ст.5, п.1 ч.5 ст.5, ч.7 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее Федеральный закон «О рекламе») и содержится состав административного правонарушения, предусмотренный ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Данное обстоятельство выразилось в следующем.

17 сентября 2018 года в управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю поступило обращение гражданина РФ (вхд. №1811153 от 17.09.2018г.) о распространении в журнале «Marafetta» №5 / лето / 2018 (от 31.05.2018г.) рекламной информации, в которой содержатся признаки нарушения Федерального закона « О рекламе».

В результате рассмотрения обращения антимонопольным органом установлено, что в журнале «Marafetta» №5 / лето / 2018 (от 31.05.2018г.) размещается и распространяется рекламная статья «no gravity ВОСПАРИТЬ НАД СУЕТОЙ» с информацией следующего содержания: «no gravity ВОСПАРИТЬ НАД СУЕТОЙ Жизнь в современном ритме не оставляет времени для расслабления… Идеальное спасение от стресса и способ позволить своему телу и мозгу отдохнуть – это флоатинг… ФЛОАТИНГ – это уникальный терапевтический метод достижения глубокой релаксации в специальной флоат-камере… Процедура представляет собой нахождение человека в капсуле с раствором сульфата магния (английской соли)… Такая релаксация удивительным образом отражается на здоровье и внешнем виде – мышцы лица и тела расслабляются. Разгружается позвоночник и суставы, нормализуется давление, сердечный ритм и дыхание, органы насыщаются кислородом, происходит детоксикация организма. Между тем, флоатинг действует не только на физическом, но и эмоциональном уровне. Он способствует выработке «гормонов счастья», возвращает эмоциональное равновесие и душевные силы… Приглашаем всех желающих на сеанс флоатинга в студию no gravity…. ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОЛКАЗАНИЯ НЕОБХОДИМА КОНСУЛЬТАЦИЯ СПЕЦИАЛИСТА Мы находимся по адресу: г.<...>, 3 этаж Телефон для записи и консультаций <...> ООО «Абсолют», ОГРН 1152225026403».

На основании статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-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 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.

Обозначенная информация полностью соответствует законодательному определению понятия «реклама», является публичной, направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к студии No Gravity, а также оказывающему в студии уникальному терапевтическому методу достижения глубокой релаксации в специальной флоат-камере (флоатингу), способствует поддержанию интереса к указанным объектам рекламирования и продвижению их на рынке.

Рассматривая рекламная статья содержит следующую информацию: «… ФЛОАТИНГ – это уникальный терапевтический метод достижения глубокой релаксации в специальной флоат-камере… Процедура представляет собой нахождение человека в капсуле с раствором сульфата магния (английской соли) … Такая релаксация удивительным образом отражается на здоровье и внешнем виде – мышцы лица и тела расслабляются. Разгружается позвоночник и суставы, нормализуется давление, сердечный ритм и дыхание, органы насыщаются кислородом, происходит детоксикация организма….ООО «Абсолют» (ОГРН1152225026403)». Рассматриваемая информация сопровождается предупреждением о наличии противопоказаний и необходимости консультации специалиста.

В соответствии со ст. 5 Федерального закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно п.2 ч.3 ст.5 Федерального 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.

Материалами дела установлено, что ООО «Абсолют» является производителем флоат-камеры «Абсолют». Таким образом, Общество рекламируемую услугу «флоатинг» не оказывает.

При этом использование в рассматриваемой рекламной статье, в совокупности с контактной информацией о месте нахождении студии, предоставляющей рекламируемую услуг: «флоатинг», наименования юридического лица ООО «Абсолют», с указанием ОГРН 1152225026403, создает впечатление о предоставлении ООО «Абсолют» рекламируемой услуги (флоатинг), что содержит не соответствующие действительности сведения о лице, предоставляющем рекламируемую услугу и вводит потребителей рекламы в заблуждение.

Согласно ч.7 ст.5 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Рассматриваемая рекламная информация содержит словосочетание: «терапевтический метод».

Кроме того, обозначенная рекламная информация содержит предупреждение о наличии противопоказаний, предусмотренное для рекламы медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации.

Согласно энциклопедии под терапией (в переводе с др.греч. θερ πε α «врачебный уход, лечение») понимается процесс, целью которого является облегчение, снятие или устранение симптомов и проявлений того или иного заболевания или травмы, патологического состояния или иного нарушения жизнедеятельности, нормализация нарушенных процессов жизнедеятельности и выздоровление, восстановление здоровья (Советский энциклопедический словарь / гл. ред. А.М. Прохоров. — 4-е изд. — М.: Советская энциклопедия, 1988. — 1600 с.).

Согласно требованиям Федерального закона «О рекламе» реклама медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, а также необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов (ч.7 ст.24) .

На основании изложенного, использование в рассматриваемой рекламной статье словосочетаний: «ФЛОАТИНГ – это уникальный терапевтический метод … Такая релаксация удивительным образом отражается на здоровье и внешнем виде – мышцы лица и тела расслабляются. Разгружается позвоночник и суставы, нормализуется давление, сердечный ритм и дыхание, органы насыщаются кислородом, происходит детоксикация организма….», а также сопровождение рекламы предупреждением о противопоказаниях, позволяет потребителю сделать вывод о том, что объектом рекламирования выступает медицинская услуга (терапевтический метод).

В рассматриваемой рекламной статье сведения о том, что используемое для проведения рекламируемой процедуры оборудование: «флоат-камера», предназначено для салонов красоты и не является медицинским прибором, а оказываемая услуга – «флоатинг» не является медицинской услугой, отсутствуют, что искажает смысл информации и вводит в заблуждение потребителей рекламы в отношении объекта рекламирования, а именно возможности получения медицинской слуги (терапевтического метода) флоатинга.

Учитывая изложенного, рассматриваемая рекламная статья: «no gravity ВОСПАРИТЬ НАД СУЕТОЙ» нарушает требования п.2 ч.3 ст.5, ч.7 ст.5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 11 статьи 5 Федерального закона «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.

Согласно п.1 ч.5 ст.5 Федерального закона «О рекламе», в рекламе не допускается использование иностранных слов и выражений, которые могут привести к искажению смысла информации.

В соответствии с п.2, 10 ч.1 ст.3 Федерального закона «О государственном языке Российской Федерации» (далее - Закон о языке), государственный язык Российской Федерации подлежит обязательному использованию в наименованиях организаций всех форм собственности, а также в рекламе. Согласно ч.2 ст.3 Закона о языке в случае использования иностранного языка в данных сферах, тексты на иностранном языке должны быть идентично предоставлены и на русском языке.

Знание иностранного языка не является обязательным для российских граждан. Потребителями рекламы являются представители самых разных слоев общества, социального положения, образования и возраста. Использованные в рекламе выражения на иностранном языке потребитель рекламы может не уяснить, и для него рекламная информация будет не полной и искаженной (Определение ВАС РФ от 18.02.2013 по делу N А65-19639/2012).

Таким образом, иностранные слова и тексты в рекламе, независимо от целевой аудитории читателей, не допускаются без их русскоязычного аналога, в противном случае иностранные слова для тех, кто не владеет иностранным языком, могут привести к искажению смысла информации.

В рассматриваемой рекламной статье используется выражение на английском языке «no gravity» без предоставления идентичного выражения на русском языке.

В конкретном случае введение потребителя в заблуждение относительно рекламируемой в журнале «Marafetta» медицинской услуги «ФЛОАТИНГ» может быть вызвано вследствие отсутствия перевода рассматриваемого выражения, используемого в рекламной статье на английском языке, в силу чего потребитель не может в полном объеме уяснить смысл рекламного текста, что может привести к искажению смысла информации, что нарушает требования п.1 ч.5 ст.5 Федерального закона «О рекламе».

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

04 декабря 2018г. Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе признала ненадлежащей рекламную статью «no gravity ВОСПАРИТЬ НАД СУЕТОЙ», размещенную и распространенную в журнале «Marafetta» №5 / лето / 2018 (от 31.05.2018г.), так как при ее размещении и распространении нарушено требование п.2 ч.3 ст.5, п.1 ч.5 ст.5, ч.7 ст.5 Федерального закона «О рекламе». Ч<...>. признан нарушившим требования п.2 ч.3 ст.5, п.1 ч.5 ст.5, ч.7 ст.5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно ст.38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных п.2 ч.3 ст.5, п.1 ч.5 ст.5, ч.7 ст.5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель.

Материалами дела установлено, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является гр. РФ Ч<...>

Согласно ч.4 ст. 38 Федерального закона «О рекламе», нарушение

рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Согласно ст. 2.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, 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.

Гр. РФ Ч<...> при размещении и распространении в журнале «Marafetta» №2 / осень / 2017 (от 30 августа 2017г.) рекламной статьи «no gravity ВОСПАРИТЬ НАД СУЕТОЙ», нарушены требования п.2 ч.3 ст.5, п.1 ч.5 ст.5, ч.7 ст.5 Федерального закона «О рекламе», что является правонарушением, ответственность за которое предусмотрена ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем и рекламораспространителем 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 - влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей

Субъективная сторона правонарушения, предусмотренного ч.1 ст.14.3 КоАП РФ, характеризуется умышленной формой вины или совершенной по неосторожности.

У гр. РФ Ч<...> . имелась возможность для соблюдения правил и норм, установленных законодательством о рекламе, но не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению, следовательно, в действиях гр. РФ Ч<...>. имеется вина в совершении правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Антимонопольным органом не установлено обстоятельств находящихся вне контроля гр. РФ Ч<...> и препятствующих исполнению обязанностей по соблюдению законодательства о рекламе.

Объективная сторона правонарушения, предусмотренного ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, составляет действия лица, выражающиеся в нарушении законодательства о рекламе.

Непринятие гр. РФ Ч<...>. должных мер по соблюдению требований п.2 ч.3 ст.5, п.1 ч.5 ст.5, ч.7 ст.5 Федерального закона «О рекламе», привело к нарушению законодательства РФ о рекламе, что образует оконченный состав административного правонарушения и влечет ответственность в соответствии с ч.1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

12.03.2019г. гр. РФ Ч<...> на составление и подписание протокола в назначенное

время не явился. Прокол об административном правонарушении был составлен в его отсутствие, копия протокола об административном правонарушении была направлена по почте заказным письмом с уведомлением о вручении 13.03.2019г.

Обстоятельств, смягчающих, отягчающих административную ответственность, в соответствии со ст. 4.2, 4.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, не установлено.

Таким образом, в действиях гр. РФ Ч<...>. выразившихся в нарушении требований п.2 ч.3 ст.5, п.1 ч.5 ст.5, ч.7 ст.5 Федерального закона «О рекламе», содержится состав административного правонарушения, предусмотренный ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушения

На основании изложенного, руководствуясь статьями 14.3, 23.48, 28.3, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

признать гр. РФ Ч<...> (ИНН: 220409142549) виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного ч.1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, и назначить наказание в виде административного штрафа **в размере 2 000 (две тысячи) рублей.**

В соответствии с частью 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, штраф должен быть уплачен не позднее 60 дней со дня вступления постановления о наложении штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Административный штраф должен быть перечислен по следующим реквизитам:

УИН:16140042500001596837

Р/с 40101810100000010001 в ГРКЦ ГУ Банка России по Алтайскому краю, г. Барнаул

БИК Банка получателя: 040173001

Реквизиты получателя:

ИНН: 2221022528, КПП: 222501001 Управление федерального казначейства по Алтайскому краю (Алтайское краевое УФАС России)

ОКТМО: 01701000

Код дохода: 161 1 16 26 00001 6000 140

Назначение платежа: денежные взыскания (штрафы) за нарушение законодательства о рекламе.

В соответствии с ч. 5 ст. 3.5 КоАП РФ, сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме. Согласно ч. 9 ст. 38 Федерального закона «О рекламе», суммы штрафов за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе и неисполнение предписаний антимонопольного органа

зачисляются в бюджеты бюджетной системы Российской Федерации в следующем порядке:

1) в федеральный бюджет – 40 процентов;

2) в бюджет субъекта Российской Федерации, на территории которого зарегистрированы юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, допустившие нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе – 60 процентов.

Согласно части 5 статьи 32.2 КоАП РФ, при отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, и информации об уплате административного штрафа в Государственной информационной системе о государственных и муниципальных платежах, по истечении шестидесяти дней со срока, указанного в части 1 настоящей статьи, судья, орган, должностное лицо, вынесшие постановление, направляют соответствующие материалы судебному приставу-исполнителю для взыскания суммы административного штрафа в порядке, предусмотренном федеральным законодательством. Кроме того, должностное лицо федерального органа исполнительной власти, его учреждения, структурного подразделения или территориального органа, а также иного государственного органа, уполномоченного осуществлять производство по делам об административных правонарушениях (за исключением судебного пристава-исполнителя), составляет протокол об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 20.25 КоАП РФ, в отношении лица, не уплатившего административный штраф. Копия протокола об административном правонарушении направляется судье в течение трех дней со дня составления указанного протокола.

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП РФ 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 частью 4 статьи 4.1 КоАП РФ назначение административного наказания не освобождает лицо от исполнения обязанности, за неисполнение которой административное наказание было назначено.

В соответствии со статьей 30.1 и статьей 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано 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.

Срок предъявления постановления к исполнению – 2 года.

Врио руководителя управления

Советник ГГС РФ 1 класса С<...>

Копия постановления направлена лицу, привлеченному к административной ответственности, почтовой связью, заказным письмом с уведомлением о вручении почтового отправления.

Дата направления постановления 26 апреля 2019г.