

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о вынесении предупреждения по делу № 93р-17/60-04-16р

об административном правонарушении

«15» августа 2017 года

г.Киров

Заместитель руководителя – начальник отдела товарных рынков и естественных монополий Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области <...>, рассмотрев протокол № 93р-17/60-04-16р от 03.07.2017, в отношении должностного лица – индивидуального предпринимателя <...> в связи с нарушением п. 7 ст. 7, ч. 7 ст. 24 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – Федеральный закон «О рекламе»),

УСТАНОВИЛ:

(резолютивная часть решения оглашена 27 декабря 2016 г.; в полном объеме решение изготовлено 11 января Комиссии Кировского УФАС России по делу № 60/04-16р Решением 2017 г.) признана ненадлежащей реклама: «Ослепительные скидки -33% 51% на солнцезащитные очки», размещенная на фасаде слева от входа в здание по адресу: <...>; «Только в Семейная оптика. Всё включено 990 р. Линзы (Италия/Китай). Всё включено 1490 р. Линзы (Франция). Оправа. + Изготовление очков. + Линзы для очков. + Проверка зрения. Сроки акции до 30.09.16 г. Подробности акции у консультантов», размещенная на фасаде справа от входа в здание по адресу: <...>; «Только в Семейная оптика. Всё включено 1490 р. Линзы (Франция). Оправа. Изготовление очков. Линзы для очков. Проверка зрения. Сроки акции до 30.09.16 г. Подробности акции у консультантов», размещенная на выносном штендере рядом с входом в здание по адресу: г. Киров, <...>; «Только в Семейная оптика. Всё включено 990 р. Линзы (Италия/Китай). Оправа. Изготовление очков. Линзы для очков. Проверка зрения. Сроки акции до 30.09.16 г. Подробности акции у консультантов», поскольку она нарушает требования п. 7 ст. 7, ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».

Нарушение заключается в следующем.

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства РФ о рекламе, в соответствии со статьей 33 Федерального закона «О рекламе», Кировским УФАС России было установлено, что по адресу: <...>, размещена информация следующего содержания:

- <...> на обратной стороне данного штендера, которая содержит признаки нарушения Федерального закона «О рекламе».

Согласно ст. 3 Федерального закона «О рекламе», рекламой является информация, распространяемая 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. Под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, 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 – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация, размещенная по адресу: г. Киров, Октябрьский проспект, д. 157, следующего содержания:

- <...>на обратной стороне данного штендера, адресована неопределенному кругу лиц, в том числе пешеходам, пассажирам и водителям транспортных средств, поскольку размещена рядом с тротуаром, вблизи автомобильной дороги, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (оптика «Семейная» и реализуемым в ней товарам и услугам (оправам, линзам, визометрии), формирование или поддержание интереса к нему и его продвижению на рынке, соответствует требованиям статьи 3 Федерального закона «О рекламе» и является рекламой.

Согласно ч. 7 ст. 24 Федерального 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 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» распространяются на рекламу лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий. Соответственно для квалификации нарушения по указанной статье Федерального закона необходимо установить, что объектом рекламирования являются медицинские изделия и услуги.

Услуги по проверке остроты зрения (визометрия) включены в перечень услуг, относящихся к медицинским, утвержденным приказом Минздравсоцразвития РФ от 27.12.2011 № 1664н «Об утверждении номенклатуры медицинских услуг».

Таким образом, проверка зрения является медицинской услугой, следовательно, реклама должна сопровождаться предупреждением, установленным ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».

Общероссийским классификатором продукции ОК 005-93, утвержденным Постановлением Госстандарта РФ от 30.12.1993 № 301 к медицинской технике относятся:

- оправы для очков, код 94 4265;
- линзы для коррекции зрения, код 94 8000.

Таким образом, линзы и оправы для очков являются медицинскими изделиями, следовательно, реклама должна сопровождаться предупреждением, установленным ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».

Спорная рекламная информация содержит нарушение ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе», так как в ней отсутствует предупреждение о наличии противопоказаний к применению и использованию медицинских услуг и изделий, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

С учетом названных обстоятельств и положений ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе»,

следует признать, что рассматриваемая реклама не отвечает требованиям данного закона.

В силу п. 7 ст. 7 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама товаров, на производство и (или) реализацию которых требуется получение лицензий или иных специальных разрешений, в случае отсутствия таких разрешений.

Лицензирование медицинской деятельности предусмотрено [п. 46 ч. 1 ст. 12](#) Федерального закона от 04.05.2011 N 99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности».

Перечень работ (услуг), составляющих медицинскую деятельность, установленный приложением к Положению о лицензировании медицинской деятельности, утвержденному Постановлением Правительства Российской Федерации от 16.04.2012 N 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")», включает работы (услуги) по медицинской оптике и офтальмологии.

В ходе рассмотрения дела установлено, что рекламируемая услуга (проверка зрения) является медицинской услугой и может оказываться только при наличии лицензии на осуществление медицинской деятельности по виду работ (услуг) «медицинская оптика».

<...> в материалы дела представлено приложение №1 к лицензии №ЛО-43-01-002238 на осуществление медицинской деятельности.

Кировским УФАС России установлено, что представленное ИП <...> приложение №1 к лицензии №ЛО-43-01-002238 на осуществление медицинской деятельности выдано Департаментом здравоохранения Кировской области <...>

<...> осуществляет медицинскую деятельность по адресу <...> который в приложении №1 к лицензии <...> на осуществление медицинской деятельности не указан, следовательно, осуществление медицинской деятельности по адресу г<...> производится в отсутствие лицензии.

Таким образом, спорная рекламная информация, объектом рекламирования которой является лицензируемый вид деятельности (визометрия), содержит нарушение п. 7 ст. 7 Федерального закона «О рекламе», так как размещена в отсутствие у <...> лицензии на осуществление медицинской деятельности по адресу: <...>

Согласно ч. 6 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение п. 7 ст. 7, ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе» несет как рекламодаделец (изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо), так и рекламораспространитель (лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств).

Рекламораспространителем является <...> так как реклама размещена по адресу: <...>, который, согласно копии договора <...> занимает ИП<...>

Решением по делу № 60/04-16р установлено, что ИП <...>, являясь лицом, определившим объект рекламирования и распространившим рекламу, является рекламодавцем и рекламораспространителем по смыслу Федерального закона «О рекламе» и несет ответственность за нарушение требований, установленных п. 7 ст. 7, ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».

На основании ч. 5 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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.

О дате, времени и месте рассмотрения протокола ИП <...> уведомлена надлежащим образом (уведомление получено 14.07.2017), явку не обеспечила, ходатайств об отложении не направила. Протокол рассмотрен в отсутствие ИП <...>

При рассмотрении протокола присутствовал представитель ИП <...> по доверенности <...>., который факт нарушения признал.

Согласно ч. 1 ст. 4.5 Кодекса РФ об административных правонарушениях срок давности привлечения к административной ответственности за нарушение рекламного законодательства составляет один год со дня совершения административного правонарушения.

Срок давности привлечения лица к административной ответственности исчисляется с 06.09.2016 (дата размещения спорной рекламы на фасаде здания, расположенного по адресу: г. Киров, Октябрьский проспект, д. 157).

Объектом административного правонарушения, предусмотренного ч. 5 ст. 14.3 КоАП РФ, являются общественные отношения в области рекламы медицинских услуг.

Объективной стороной административного правонарушения являются действия должностного лица- <...> по определению содержания и распространению спорной рекламы медицинских услуг в нарушение требований п. 7 ст. 7, ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со ст. 2.4 КоАП РФ лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, совершившие административные правонарушения, несут административную ответственность как должностные лица, если настоящим Кодексом не установлено иное. Индивидуальный предприниматель <...> в соответствии со ст. 2.4 КоАП РФ несет административную ответственность как должностное лицо.

Субъективная сторона административного правонарушения характеризуется виной субъекта в форме неосторожности, поскольку ИП <...> не предвидела возможности наступления вредных последствий, хотя должна была и могла их предвидеть. Объективные обстоятельства, делающие невозможным исполнение установленных законодательством требований, при рассмотрении дела не установлены.

Таким образом, рассматриваемое правонарушение совершено по вине должностного лица – ИП <...> в форме неосторожности.

Место совершения административного правонарушения: место размещения рекламной информации: <...> адрес размещения: <...> дата размещения: 06.09.2016 (акт фиксации рекламы).

В ходе рассмотрения дела были исследованы все обстоятельства совершенного нарушения законодательства РФ о рекламе. Факты, изложенные в протоколе № 93р-17/60-04-16р от 03.07.2017 об административном правонарушении, подтверждаются в полном объеме материалами дела № 60/04-16р.

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

Совершенные должностным лицом – ИП <...> действия по определению объекта рекламирования и распространению спорной рекламы медицинских услуг в нарушение

требований п. 7 ст. 7, ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе», содержат состав административного правонарушения, предусмотренного ч. 5 ст. 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

В рассматриваемом случае состав административного правонарушения является формальным, следовательно, правонарушение является общественно-опасным с момента его совершения, независимо от наступления каких-либо последствий.

С учетом конкретных обстоятельств дела, учитывая характер и степень общественной опасности совершенного правонарушения, которое выразилось в пренебрежительном отношении к исполнению публично – правовых обязанностей в сфере рекламного законодательства, основания для освобождения ИП <...> от административной ответственности ввиду малозначительности в соответствии со ст. 2.9 КоАП РФ отсутствуют.

В соответствии со ст. 4.2 КоАП РФ в качестве смягчающих обстоятельств установлено оказание лицом содействия органу, уполномоченному осуществлять производство по делу об административном правонарушении в выявлении обстоятельств, подлежащих установлению по делу об административном правонарушении, совершение административного правонарушения впервые.

В соответствии со ст. 4.3 КоАП РФ отягчающих вину обстоятельств не установлено.

В соответствии с частью 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.

Согласно части 1, 2 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.

Поскольку согласно информации на сайте <https://rmsp.nalog.ru/> индивидуальный предприниматель <...> включена в Реестр субъектов малого и среднего предпринимательства и правонарушение, ответственность за которое предусмотрена ч. 5 ст.14.3 КоАП РФ, совершено должностным лицом впервые, с учетом отсутствия оснований, установленных частью 2 статьи 4.1.1 КоАП РФ, считаю возможным применить к должностному лицу меру ответственности в виде предупреждения.

Руководствуясь ст. 3, п. 7 ст. 7, ч. 7 ст. 24, ст. 33, ст.38 Федерального закона «О рекламе», статьями 2.1, 2.4, 3.4, 4.1.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать должностное лицо – индивидуального предпринимателя <...>виновной в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 5 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. Применить к должностному лицу – индивидуальному предпринимателю <...> меру ответственности в виде предупреждения.

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 31.1 Кодекса РФ 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 – начальник отдела

товарных рынков и естественных монополий

<...>