



# АРБИТРАЖНЫЙ СУД РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН

ул.Ново-Песочная, д.40, г.Казань, Республика Татарстан, 420107

E-mail: [info@tatarstan.arbitr.ru](mailto:info@tatarstan.arbitr.ru)

<http://www.tatarstan.arbitr.ru>

тел. (843) 533-50-00

## Именем Российской Федерации РЕШЕНИЕ

г. Казань

Дело №А65-28443/2019

Дата принятия решения **28 ноября 2019 года**

Дата объявления резолютивной части **28 ноября 2019 года**

Арбитражный суд Республики Татарстан в составе председательствующего судьи Абдрахманова И.И., рассмотрев в порядке упрощенного производства дело по иску

Общества с ограниченной ответственностью "Успех-Пресс", г.Казань (ОГРН 1091690008992, ИНН 1660124237) к Управлению Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан, г.Казань (ОГРН 1021602866405, ИНН 1653003714)

об отмене постановления о назначении административного наказания по делу № 016/04/14.3-1346/2019 об административном правонарушении (исх.№АР-08/13390 от 06.09.2019г.), вынесенным заместителем руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан Розенталем А.Н. от 02 сентября 2019г.,

о прекращении производства по делу об административном правонарушении в соответствии со ст.2.9 КоАП РФ с объявлением устного замечания,

### УСТАНОВИЛ:

Общество с ограниченной ответственностью "Успех-Пресс", г.Казань (далее - заявитель) обратился в суд с иском к ответчику к Управлению Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан, г.Казань (далее - ответчик) об отмене постановления о назначении административного наказания по делу № 016/04/14.3-1346/2019 об административном правонарушении (исх.№АР-08/13390 от 06.09.2019г.), вынесенным заместителем руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан Розенталем А.Н. от 02 сентября 2019г.

Определением Арбитражного суда Республики Татарстан от 27.09.2019г. заявление принято к рассмотрению в порядке упрощенного производства, лицам, участвующим в деле, разъяснены права и обязанности, предусмотренные статьями 142, 227, 228 Арбитражного процессуального кодекса РФ.

В соответствии с частью 1 статьи 229 Арбитражного процессуального кодекса РФ по результатам рассмотрения дела была вынесена резолютивная часть решения от 22.11.2019г.

По заявлению лица, участвующего в деле, по делу, рассматриваемому в порядке упрощенного производства, арбитражный суд составляет мотивированное решение.

В суд 26.11.2019г. поступило заявление Общества с ограниченной ответственностью "Успех-Пресс", г.Казань об изготовлении мотивировочной части решения.

Поскольку заявление подано в установленный срок, на основании части 2 статьи 229 Арбитражного процессуального кодекса РФ судом ходатайство удовлетворяется.

Из материалов дела следует, Постановлением о назначении административного наказания по делу № 016/04/14.3-1346/2019 об административном правонарушении (исх.№ АР-08/13390 от 06.09.2019 года), вынесенным заместителем руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан Розенталем Андреем Николаевичем от «02» сентября 2019 г. ООО «Успех-Пресс» как юридическое лицо подвергнуто административному наказанию в виде штрафа в размере 50000 руб. по ч.1 ст. 14.3 Кодекса об административных правонарушениях Российской Федерации за то, что были нарушены требования ч.7 ст.24 Федерального Закона «О рекламе».

Заявитель считая, что наложенное наказание неправомерным, поскольку не учтены все обстоятельства, просит признать его незаконным.

Суд, исследовав обстоятельства дела в совокупности и взаимосвязи, в удовлетворении заявленных требований отказал, руководствуясь нижеследующим.

В соответствии с ч. 1 ст. 198 АПК РФ граждане, организации и иные лица вправе обратиться в арбитражный суд с заявлением о признании недействительными ненормативных правовых актов, незаконными решений и действий (бездействия) государственных органов, органов местного самоуправления, иных органов, должностных лиц, если полагают, что оспариваемый ненормативный правовой акт, решение и действие (бездействие) не соответствуют закону или иному нормативному правовому акту и нарушают их права и законные интересы в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности, незаконно возлагают на них какие-либо обязанности, создают иные препятствия для осуществления предпринимательской и иной экономической деятельности.

Согласно пункту 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 8 октября 2012 г. N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако, при этом, он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом «О рекламе», в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

В соответствии с частью 6, 7 статьи 38 Закона «О рекламе» следует, что за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 24 Закона «О рекламе» несет ответственность рекламодатель, рекламодатель, распространитель.

Согласно постановлению №016/04/14.3-1346/2019 имеется факт распространения рекламы медицинских в газете «Метре Казань» от 04 марта 2019 года №8 (363).

Согласно измерениям Управления, в которых расчеты производились путем нахождения объема необходимого предупреждения об имеющихся противопоказаниях (130 см x 0,5 см - 6,5 см) и общего объема вышеуказанной рекламы (13 см x 12,5 см = 162,5 см), процент объема предупреждения от общему объему составил  $6,5 \text{ см} \times 100\% \div 162,5 \text{ см} = 4\%$ .

Заявитель указанное обстоятельство связывает с тем, что произошел сбой в компьютерной программе и надпись о противопоказаниях в данных медицинских макетах сократилась по размеру и не была замечена отделом редакции.

В соответствии со статьёй 19 Закона №2124-1 «О средствах массовой информации» ответственность за выполнение требований, предъявляемых к деятельности СМИ, несёт главный редактор. Во время вёрстки главный редактор проверяет все материалы, которые будут поставлены в номер, в том числе и рекламные, проверяет их соответствие ФЗ «О рекламе».

В пункте 1 статьи 3 Федерального закона от 13 марта 2006 года №38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон «О рекламе») дано понятие рекламы - 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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона «О рекламе» объектом рекламирования является 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.

Учитывая правовой смысл и содержание приведенных понятий рекламы и объекта рекламирования, информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе для формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах, а также об изготовителе (продавце) такого товара, то есть объекту рекламирования в целом.

Информация, размещенная в вышеуказанной рекламной листовке содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить её именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; преследует строго заданные цели информирования: продвижение

на рынке, призвана формировать и поддерживать интерес к услугам и товарам, предоставляемым, производимым соответствующим рекламодателем.

Понятие и перечень медицинских услуг определены Номенклатурой медицинских услуг, утвержденной Приказом Минздрава России от 13.10.2017 N 804н «Об утверждении номенклатуры медицинских услуг»:

При этом указание в рекламе способов воздействия на организм человека, полностью совпадающих с наименованием медицинских услуг, содержащихся в номенклатуре Минздрава России, позволяет квалифицировать такую рекламу в качестве рекламы медицинских услуг, при отсутствии в такой рекламе иной информации, позволяющей выделить иные объекты рекламирования, в том числе при отсутствии в рекламе раскрытия содержания того или иного метода профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации.

Данная рекламная листовка является рекламой медицинских услуг, а значит должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, также должна соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом «О рекламе», в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

Согласно измерениям Управления, в которых расчеты производились путем нахождения объема необходимого предупреждения об имеющихся противопоказаниях и общего объема вышеуказанной рекламы, процент объема предупреждения от общего объема составил во всех случаях составил менее 4%.

Исследовав доводы заявителя суд, основанные на том что имел место сбой в программе и усматривается незначительность нарушения полагает их не влияющими на правовую оценку обжалуемых актов, поскольку данные факты не свидетельствуют о нарушениях законодательства со стороны заинтересованного лица.

Данные доводы должны быть учтены при рассмотрении вопроса об избрании меры ответственности в рамках дел об административных нарушениях.

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).

Часть 1 статьи 14.33 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях предусматривает административную ответственность за недобросовестную конкуренцию, если эти действия не содержат уголовно наказуемого деяния, за исключением случаев, предусмотренных статьей 14.3 настоящего Кодекса и частью 2 настоящей статьи.

Оценив представленные доказательства, суд пришел к выводу о наличии в действиях общества состава вмененного административного правонарушения.

Вина общества в совершении правонарушения установлена. Доказательства того, что обществом были приняты все зависящие от него меры по соблюдению установленных законодательством требований, отсутствуют.

Процедура и срок давности привлечения к ответственности соблюдены. Оснований для признания правонарушения малозначительным не установлено.

В силу ч.1 ст.65 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации каждое лицо, участвующее в деле, должно доказать обстоятельства, на которые оно ссылается как на основании своих требований и возражений. Обязанность доказывания обстоятельств, послуживших основанием для принятия государственными органами, органами местного самоуправления, иными органами, должностными лицами оспариваемых актов, решений,

совершения действий (бездействия), возлагается на соответствующие орган или должностное лицо.

Оценка возможности применения статьи 2.9 КоАП РФ является самостоятельным этапом судебного исследования по делу.

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.

По смыслу указанной нормы оценка малозначительности деяния должна соотноситься с характером и степенью общественной опасности, причинением вреда либо угрозой причинения вреда личности, обществу или государству.

При квалификации правонарушения в качестве малозначительного суд исходит из оценки конкретных обстоятельств его совершения (пункт 18 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").

Кроме того, исходя из разъяснений Конституционного суда Российской Федерации (в постановлениях от 17.01.2013 N 1-П, от 25.02.2014 N 4-П, определениях от 09.04.2003 N 116-О, от 05.11.2003 N 349-О, от 16.07.2009 N 919-О-О, от 29.05.2014 N 1013-О), малозначительность является одним из средств, позволяющим в конкретном деле обеспечить определение меры воздействия, соответствующей принципам справедливости и соразмерности наказания.

Таким образом, категория малозначительности относится к числу оценочных, в связи с чем определяется в каждом конкретном случае исходя из обстоятельств совершенного правонарушения. Кроме того, оценка правонарушения в качестве малозначительного является правом, а не обязанностью

Необходимо отметить, что составы правонарушений, ответственность за которые предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, являются формальными и считаются оконченным с момента нарушения требований законодательства. Требования законодательства о рекламе, а также установление административной ответственности за их нарушение направлены на охрану прав потребителей от ненадлежащей рекламы, поскольку потребители признаются слабой стороной данных отношений, не обладающей специальными познаниями. Следовательно, существенная угроза охраняемым общественным отношениям заключается в пренебрежительном отношении заявителя к исполнению своих публично-правовых обязанностей. Отсутствие последствий само по себе не является основанием для квалификации правонарушения в качестве малозначительного.

Оценивая характер, степень общественной опасности и конкретные обстоятельства совершения правонарушений, анализируя представленные в материалы дела доказательства по делу, принимая во внимание существенность угрозы охраняемым общественным отношениям, учитывая отсутствие исключительности рассматриваемого случая, суд приходит к выводу о том, что совершенное заявителем правонарушение не может быть квалифицировано в качестве малозначительного.

Оснований для иных выводов из имеющихся материалов дела не усматривается.

руководствуясь статьями 110, 167–171, 227, 229 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации,

#### РЕШИЛ:

В удовлетворении заявления отказать.

Решение подлежит немедленному исполнению и может быть обжаловано в Одиннадцатый арбитражный апелляционный суд в течение пятнадцати дней со дня его принятия.

Заявление о составлении мотивированного решения может быть подано в течение пяти дней со дня размещения решения, принятого в порядке упрощенного производства, на официальном сайте арбитражного суда в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Судья

Данные ЭП: Удостоверяющий центр ФГБУ ИАЦ Судебного  
департамента  
Дата 11.04.2019 11:28:03  
Кому выдана "Абдрахманов " Ильгиз Ильдусович

**И.И. Абдрахманов**