



113/2012-7662(3)



АРБИТРАЖНЫЙ СУД РЕСПУБЛИКИ КОМИ
ул. Орджоникидзе, д. 49а, г. Сыктывкар, 167982
8(8212) 300-800, 300-810, <http://komi.arbitr.ru>, e-mail: info@komi.arbitr.ru

Именем Российской Федерации

РЕШЕНИЕ

г. Сыктывкар

26 января 2012 года

Дело № А29-8955/2011

Резолютивная часть решения объявлена 19 января 2012 года, полный текст решения изготовлен 26 января 2012 года.

Арбитражный суд Республики Коми в составе судьи Князевой А.А. при ведении протокола судебного заседания секретарем судебного заседания Коняевой Н.Е., рассмотрев в судебном заседании дело по заявлению Общества с ограниченной ответственностью «Северный вестник» (ИНН: 1103023763, ОГРН: 1021100807298) к Управлению Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (ИНН: 1101481197, ОГРН: 1021100514951)

о признании незаконным и отмене постановления от 07.10.2011 № 03-01/6484, при участии:

от заявителя: не явился; _____

от ответчика: Сукгоева А.М. (по доверенности от 03.11.2011 № 03-02/7219); _____
установил:

Общество с ограниченной ответственностью «Северный вестник» (далее – ООО «Северный вестник», Общество) обратилось в Арбитражный суд Республики Коми с заявлением о признании незаконным и отмене постановления от 07.10.2011 № 03-01/6484 о назначении административного наказания по делу об административном правонарушении № РШ 51-09/11, вынесенного Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее Коми УФАС России).

Представитель ответчика в судебном заседании заявленные требования не признал, свои возражения изложил в отзыве, и пояснил, что оспариваемое постановление соответствует законодательству о рекламе и является обоснованным.

Заявитель, извещенный надлежащим образом о времени и месте судебного разбирательства, в судебное заседание не явился.

Исследовав материалы дела, заслушав представителя административного органа, суд установил следующее.

Как следует из материалов дела, Коми УФАС России в ходе осуществления государственного контроля за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе установлен факт распространения рекламы путем размещения на странице 4 газеты «Северный вестник» № 2 (620) от 14.01.2011 следующего содержания: «муп Оптика Гагарина, 10. Т. 6-31-86 ВСЕГДА В ПРОДАЖЕ НОВЫЕ МОДЕЛИ оправ, контактные линзы, аксессуары ПРИЕМ ОКУЛИСТА: по будням с 10.00 до 17.00, сбт. С 10.00 до 15.00. Стоимость от 300 рублей. Реклама».

В ходе проверки выявлена реклама медицинских услуг без предупреждений, установленных пунктом 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», что послужило основанием для возбуждения в отношении общества производства по делу № Р 28-07/11 по признакам нарушения законодательства о рекламе, по результатам рассмотрения которого антимонопольным органом внесено решение от 29 августа 2011 года № 03-01/5527.

Данным решением распространенная на странице 4 газеты «Северный вестник» № 2 (620) от 14.01.2011 реклама признана не надлежащей, поскольку нарушает требования части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», материалы дела переданы для возбуждения дела об административном правонарушении.

По результатам рассмотрения материалов дела об административном правонарушении Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми составлен протокол от 02 ноября 2011 года по делу об административном правонарушении № РШ 55-11/11, которым установлен факт совершения Обществом административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, и вынесено постановление № 03-01/6484 от 07 октября 2011 года о назначении административного наказания по делу об административном правонарушении № РШ 51-09/11, в виде административного штрафа в размере 100 000 руб.

Заявитель, полагая, что указанное постановление не соответствует закону, обратился в арбитражный суд с требованием о признании его незаконным и отмене.

Исследовав материалы дела, заслушав представителя антимонопольного органа, арбитражный суд приходит к следующим выводам.

В соответствии с частями 6 и 7 статьи 210 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации при рассмотрении дела об оспаривании решения административного органа о привлечении к административной ответственности арбитражный суд в судебном заседании проверяет законность и обоснованность оспариваемого решения, устанавливает наличие соответствующих полномочий административного органа, принявшего оспариваемое решение, устанавливает, имелись ли законные основания для привлечения к административной ответственности, соблюден ли установленный порядок привлечения к ответственности, не истекли ли сроки давности привлечения к административной ответственности, а также иные обстоятельства, имеющие значение для дела. При рассмотрении дела об оспаривании решения административного органа арбитражный суд не связан доводами, содержащимися в заявлении, и проверяет оспариваемое решение в полном объеме.

В соответствии с пунктами 1, 3 части 1 статьи 28.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях поводом к возбуждению дела об административном правонарушении является, в том числе, не посредственное обнаружение должностными лицами, уполномоченными составлять протоколы об административных правонарушениях, достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения; сообщения и заявления физических и юридических лиц, а также сообщения в средствах массовой информации, содержащие данные, указывающие на наличие события административного правонарушения.

Судом отклоняется довод заявителя о том, что действия Коми УФАС России по возбуждению в отношении ООО «Северный вестник» дела об административном правонарушении № РШ 51-09/11 являются незаконными и недействительными, поскольку государственный контроль подразумевает проведение проверки.

Согласно п. 1 ч. 3. ст. 1 Федерального закона от 26.12.2008 № 294-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля» положения настоящего Федерального закона, устанавливающие порядок организации и проведения проверок, не применяются к мероприятиям по контролю, при проведении которых требуется взаимодействие органов, уполномоченных на осуществление государственного контроля (надзора), муниципального контроля и юридических лиц, индивидуальных предпринимателей и на указанных лиц не возлагаются обязанности по предоставлению информации и исполнению требований органов государственного контроля (надзора), органов муниципального контроля.

Частью 4 статьи 1 данного Закона установлено, что особенности организации и проведения проверок, в том числе при осуществлении контроля в сфере рекламы в части, касающейся вида, предмета, оснований проверок, сроков и периодичности их проведения, уведомления о проведении внеплановой выездной проверки, могут устанавливаться другими федеральными законами.

Полномочия антимонопольного органа на осуществление государственного контроля (надзора) в сфере рекламы и порядок проведения соответствующих проверок установлены главой 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38 - ФЗ «О рекламе» и Положением о территориальном органе Федеральной антимонопольной службы, утвержденным Приказом ФАС России от 26.01.2011 № 30 (пункты 4.1.1, 4.4).

Материалами дела установлено, что нарушение ООО «Северный вестник» рекламного законодательства Коми УФАС выявлено в ходе осуществления государственного контроля за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе при изучении оригинала газеты «Северный вестник» № 2 (620) от 14 января 2011 года, без проведения выездной проверки.

В ходе осуществления указанного контроля произведена фиксация размещения спорной рекламы в газете «Северный вестник», предназначенной для неопределенного круга лиц и находящейся в свободном доступе.

Согласно п. 12 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508 (ред. от 11.11.2010), дело может быть возбуждено антимонопольным органом по

собственной инициативе при выявлении фактов, указывающих на признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также по представлению прокурора, обращению органа государственной власти или органа местного самоуправления, заявлению физического или юридического лица.

Согласно части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или 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 на юридических лиц в размере от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Объективную сторону административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях образует нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе.

В силу статьи 3 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38 -ФЗ «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; 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; рекламодаделец - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Размещенная на странице 4 газеты «Северный вестник» № 2 (620) от 14.01.2011 информация о МУП «Оптика» отвечает всем признакам, указанным в пункте 1 статьи 3 Закона о рекламе, соответственно, является рекламой медицинских услуг и медицинской техники, предоставляемых и распространяемых МУП «Оптика».

Требования к рекламе лекарственных средств, медицинской техники, изделий медицинского назначения и медицинских услуг установлены статьей 24 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 7 статьи 24 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» реклама лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, медицинской техники должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

Согласно части 4 статьи 3 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38 -ФЗ «О рекламе» ненадлежащей рекламой признается реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Частью 4 статьи 38 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38 -ФЗ «О рекламе» предусмотрено, что нарушение рекламоделателями, рекламопроизводи-

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

В силу части 7 статьи 38 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38 - ФЗ «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, в том числе установленных частью 7 статьи 24 Закона.

Согласно части 8 статьи 38 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38 - ФЗ «О рекламе» рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в частях 6 и 7 настоящей статьи, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

Таким образом, реклама медицинских услуг, в том числе методов лечения, медицинской техники без сопровождения предупреждения о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, не допускается. При этом ответственность за данное нарушение возложена, в том числе на рекламодателя.

Общество, не оспаривая по существу допущенное нарушение, в заявлении указало, что реклама, признанная не надлежащей распространялась однократно, нарушение произошло в силу неумышленной технической ошибки, общество предотвратило вредные последствия административного правонарушения и до составления протокола об административном правонарушении приняло меры по устранению причин и условий, способствовавших совершению административного правонарушения, осуществив необходимые организационные мероприятия.

Из материалов дела усматривается, что на основании устного соглашения с МУП «Оптика» без оформления документов по распоряжению главного редактора ООО «Северный вестник» Деловой Н.А. была произведена рассматриваемая реклама.

Таким образом, ООО «Северный вестник» является рекламопроизводителем и рекламодателем.

Доводы общества о том, что спорная информация не является рекламой медицинских услуг, судом отклоняются в силу следующего.

В рассматриваемом рекламном объявлении содержится информация о том, что в МУП «Оптика» осуществляется продажа оправ для очков, контактных линз и аксессуаров, а также оказываются услуги по приему окулиста.

Согласно пункту 4 Положения о лицензировании медицинской деятельности, утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации от 22.01.2007 N 30, медицинская деятельность предусматривает выполнение работ (услуг) по оказанию доврачебной, амбулаторно – поликлинической, стационарной, высокотехнологичной, скорой и санаторно-курортной медицинской помощи в соответствии с перечнем согласно приложению (далее - работы (услуги)).

Перечень медицинских услуг утвержден приказом Министерства здравоохранения Российской Федерации от 10.04.2001 № 113 «О введении в действие отраслевого классификатора «Простые медицинские услуги» (далее - приказ № 113) и приказом Министерства здравоохранения Российской Федерации от 16.07.2001 № 268 «О введении в действие отраслевого классификатора «Сложные и комплексные медицинские услуги» (далее - Приказ № 268).

Приказом № 113 предусмотрено, что медицинская услуга - мероприятия или комплекс мероприятий, направленных на профилактику заболеваний, их диагностику и лечение, имеющих самостоятельное законченное значение и определенную стоимость. Простая медицинская услуга - далее неделимая услуга, выполняемая по формуле «пациент» + «специалист» = «один элемент профилактики, диагностики или лечения».

Приказом № 268 установлено, что к сложной медицинской услуге относится набор простых медицинских услуг, которые требуют для своей реализации определенного состава персонала, комплексного технического оснащения, специальных помещений и т.д., отвечающий формуле «пациент» + «комплекс простых услуг» = «этап профилактики, диагностики или лечения».

Как следует из материалов дела, в соответствии с указанным классификатором, приемы квалифицированных врачей: прием (осмотр, консультация) врача-специалиста в соответствии с классовыми разделами, прием (осмотр, консультация) врача-офтальмолога первичный и повторный (коды 01.029.01 и 01.029.02) относятся к сложным и комплексным медицинским услугам.

Согласно отраслевым стандартам "Термины и определения системы стандартизации в здравоохранении", утвержденным Приказом Министерства здравоохранения Российской Федерации от 22.01.2001 N 12, медицинская услуга - это мероприятие или комплекс мероприятий, направленных на профилактику заболеваний, их диагностику и лечение, имеющих самостоятельное законченное значение и определенную стоимость.

Согласно ч. 4 ст. 2 Закона о рекламе специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

Пунктом 16 информационного письма Президиума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» установлено, что информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Общероссийским классификатором продукции ОК 005-93, утвержденным Постановлением Госстандарта РФ от 30.12.1993 № 301 (в редакции от 15.12.2009 с изм. от 24.05.2010) оправы для очков отнесены к медицинской технике с присвоением им кода 94 4265.

Общероссийским классификатором продукции ОК 005-93 линзы для коррекции зрения отнесены к медицинской технике с присвоением им кода 94 8000 с подразделением на линзы для коррекции зрения контактные мягкие (код 94 8870), линзы для коррекции зрения контактные жесткие (код 94 8880).

Антимонопольным органом установлено, что спорная реклама медицинских услуг не содержит предупреждений, предусмотренных частью 7 статьи 24 Закона о рекламе. Следовательно, данная реклама обоснованно признана Управлением не подлежащей.

Довод заявителя, что размещенная в газете «Северный вестник» информация не является рекламой медицинских услуг, а призвана привлечь внимание к

самому МУП «Оптика», указывает на вид (направление) его деятельности, отклоняется судом, поскольку объектом рекламирования спорной рекламы являются как МУП «Оптика», так и предоставляемые им медицинские услуги, при этом реклама заявителя явно относится к оказываемым им услугам и распространяемой им медицинской техники.

Как указано в постановлении Конституционного Суда Российской Федерации от 04.03.1997 № 4-П, реклама рассматривается законодателем как средство продвижения товаров, работ и услуг на общий рынок Российской Федерации.

Таким образом, экономическая цель размещения рекламы для лица, осуществляющего оказание услуг - продвижение услуг потребителю.

Рассматривая содержащуюся в спорной рекламе информацию, суд приходит к выводу, что она формирует интерес неопределенного круга лиц к медицинским услугам (консультациям) врача окулиста, которые оказывает МУП «Оптика», и реализуемой им медицинской технике: оправам, контактными линзами и аксессуарам.

Положения части 7 статьи 24 Закона о рекламе распространяются на все виды медицинских услуг и не содержат исключений для соблюдения указанных требований при рекламе каких-либо конкретных видов медицинских услуг.

В силу части 2 статьи 2.1 КоАП РФ юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых Кодексом предусмотрена административная ответственность, однако, данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Доказательств того, что заявителем были приняты все зависящие от него, необходимые и достаточные меры для соблюдения требований Закона о рекламе, в материалах дела не имеется.

В рассматриваемом случае ООО «Северный вестник» при соблюдении той степени добросовестности, которая требовалась от него в целях выполнения законодательно установленной обязанности могло не допустить совершения административного правонарушения, но в нарушение действующего рекламного законодательства этого не сделало.

При таких обстоятельствах антимонопольный орган сделал правильный вывод о наличии в действиях Общества, являющегося рекламодателем спорной рекламы, признаков состава административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Процессуальных нарушений при производстве по делу об административном правонарушении судом не установлено.

Довод заявителя о том, что Коми УФАС России нарушены требования ч. 1 ст. 4.5 КоАП РФ, судом признается несостоятельным, поскольку в силу ч. 1 ст. 4.5 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе не может быть вынесено по истечении одного года со дня совершения административного правонарушения.

Таким образом, оспариваемое постановление Коми УФАС России вынесено в пределах срока давности привлечения к административной ответственности за нарушение рекламного законодательства.

Наказание Обществу назначено в пределах санкции статьи закона в минимальном размере.

Как следует из материалов дела, при назначении Обществу административного наказания административным органом были учтены характер совершенного административного правонарушения, наличие обстоятельств смягчающих административную ответственность, отсутствие обстоятельств отягчающих административную ответственность, финансовое и имущественное положение ООО «Северный вестник».

Назначенный Обществу административный штраф в размере 100 000 рублей является минимальной санкцией для такого рода нарушений.

Доводы заявителя о малозначительности правонарушения судом отклоняются в силу следующего.

На основании статьи 2.9 КоАП РФ при малозначительности совершенного административного правонарушения судья, орган, должностное лицо, уполномоченные решить дело об административном правонарушении, могут освободить лицо, совершившее административное правонарушение, от административной ответственности и ограничиться устным замечанием.

Как разъяснил Высший Арбитражный Суд Российской Федерации в пункте 18 Постановления Пленума от 02.06.2004 № 10 «О не некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях», при квалификации правонарушения в качестве малозначительного судам необходимо исходить из оценки конкретных обстоятельств его совершения. Малозначительность правонарушения имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям.

В силу пункта 18.1 выше названного Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации квалификация правонарушения как малозначительного может иметь место только в исключительных случаях.

В данном случае несоответствие рекламы требованиям законодательства о рекламе нарушает права и законные интересы потребителей на получение достоверной информации о рекламируемых услугах, наличии противопоказаний к их применению.

Существенная угроза охраняемым общественным отношениям заключается не в наступлении каких-либо негативных материальных последствий, а в пренебрежительном отношении заявителя к исполнению своих публично – правовых обязанностей, предусмотренных частью 7 статьи 24 Закона о рекламе, что посягает на установленный порядок в области распространения рекламы. Оценив характер и степень общественной опасности совершенного правонарушения, конкретные обстоятельства его совершения, суд не усматривает оснований для признания совершенного правонарушения малозначительным.

С учетом изложенного, арбитражный суд находит обжалуемое решение суда законным и обоснованным, вынесенным на основании объективного и полного исследования обстоятельств и материалов дела, и не усматривает правовых оснований для его отмены.

Руководствуясь статьями 167-170, 211 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, суд

Р Е Ш И Л :

В удовлетворении заявленных требований отказать.

Разъяснить, что решение суда может быть обжаловано в апелляционном порядке во Второй арбитражный апелляционный суд (г.Киров) с подачей жалобы через Арбитражный суд Республики Коми в 10-дневный срок со дня изготовления в полном объеме.

Судья

А.А. Князева