

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания

по делу №06-09/232-12

31 мая 2012г.

г.Томск

Руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Томской области Шевченко Владимир Иванович, рассмотрев протокол от 31.05.2012г. и материалы дела №06-09232-12 об административном правонарушении, возбужденного в отношении индивидуального предпринимателя М., в присутствии М.,

УСТАНОВИЛ:

В Томское УФАС России поступило обращение от Томского регионального общественно-патриотического движения «Общее дело» (вх. 651 от 15.02.2012г.), в котором указывается на факты размещения наружной рекламы пива и алкогольной продукции, содержащей признаки нарушения законодательства о рекламе.

В рамках рассмотрения обращения было установлено, что в г.Томске на наружных стенах торгового павильона по адресу ул.Учебная, 48д (вблизи зданий ул.Учебная, 43, ул.Котовского, 17) размещены конструкции с информацией следующего содержания: «Чешское нефильтрованное Глюкауф АЯН Жигулевское. Чрезмерное употребление пива вредит вашему здоровью», содержащей обозначения торговых марок пива; «Живое разливное пиво, сухарики, рыба, чипсы, арахис. Настоящее сибирское качество. Чрезмерное употребление пива вредит вашему здоровью»; «Магазин живого разливного пива «Мир пива» Живое разливное пиво Поставщик компания Пивной двор тел. 40-92-80. Чрезмерное употребление пива вредит вашему здоровью»

Данный факт подтверждается материалами дела №06-11/33-12 о нарушении законодательства о рекламе, в том числе, актом осмотра наружной рекламы от 27.02.2012г., составленном должностными лицами Томского УФАС России с участием двух незаинтересованных лиц.

Указанная информация, размещенная с использованием рекламных конструкций (плакатов), подпадает под определение понятия рекламы, указанное в пункте 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе», согласно которому 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.

Объектами рекламирования в указанной рекламе выступает пиво различных торговых марок, магазин живого разливного пива «Мир пива».

В соответствии с пунктом 6 части 2 статьи 22 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции, пива и напитков, изготавливаемых на его основе, не должна размещаться в детских, образовательных, медицинских, санаторно-курортных, оздоровительных, военных организациях, театрах, цирках, музеях, домах и дворцах культуры, концертных и выставочных залах, библиотеках, лекториях, планетариях и на расстоянии ближе чем сто метров от занимаемых ими зданий, строений, сооружений.

Согласно части 4 статьи 2 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «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.

Рассматриваемая реклама пива размещена на наружных стенах торгового павильона по адресу ул.Учебная, 48д с использованием рекламных конструкций (плакатов) на расстоянии ближе чем сто метров от медицинского учреждения, а именно на расстоянии 31 метра от здания медицинского учреждения - Медицинского объединения «Здоровье» (ответ Департамента архитектуры и градостроительства Администрации г.Томска от 02.04.2012г. №01-01-18/2817).

Распространение рекламы пива, магазина разливного пива на расстоянии ближе чем сто метров от медицинского учреждения свидетельствует о нарушении требований Закона о рекламе.

Согласно ч. 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Решением Комиссии Томского УФАС России от 16.05.2012г. по делу №06-11/33-12, возбужденному по признакам нарушения законодательства о рекламе, указанная реклама признана ненадлежащей.

Согласно части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований п.6 ч.2, ч.3 ст.22 вышеуказанного Закона несет рекламораспространитель.

Рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является индивидуальный предприниматель — М., что подтверждается решением по делу №06-11/33-12, ответом Департамента экономического развития и управления муниципальной собственностью Администрации г.Томска от 23.04.2012г. №01-01-18/3065, договором аренды недвижимого имущества от 25.01.2012г., устными пояснениями ИП М., (протокол заседания Комиссии от 16.05.2012г.).

Частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях за нарушение рекламодателем, рекламораспространителем законодательства о рекламе установлена административная ответственность.

В связи с вышеуказанным 31.05.2012г. в отношении ИП М., составлен протокол об административном правонарушении, возбуждено административное дело №06-

09/232-12 по ч.1 ст.14.3 КоАП РФ за нарушение законодательства о рекламе.

Руководитель Томского УФАС России, рассмотрев материалы дела и оценив собранные по делу доказательства, считает их достаточными и находит вину индивидуального предпринимателя М., доказанной, а ее действия верно квалифицированными по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, за нарушения требований п.6 ч.2 ст.22 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», при этом исходит из следующего.

В соответствии со статьей 1.5 Кодекса РФ об административных правонарушениях лицо подлежит административной ответственности только за те административные правонарушения, в отношении которых установлена его вина.

Согласно статьи 2.1. Кодекса РФ 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.

Объективная сторона названного административного правонарушения выразилась в нарушении ИП М., законодательства о рекламе, а именно п.6 ч.2 ст. 22 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе». Вменяемое индивидуальному предпринимателю административное правонарушение характеризуется формальным составом, и является оконченным с момента нарушения соответствующих положений предусмотренных Законом о рекламе.

В соответствии с ч.2 ст.2.2 КоАП РФ административное правонарушение признается совершенным по неосторожности, если лицо, его совершившее, предвидело возможность наступления вредных последствий своего действия (бездействия), но без достаточных к тому оснований самонадеянно рассчитывало на предотвращение таких последствий либо не предвидело возможности наступления таких последствий, хотя должно было и могло их предвидеть.

Вина ИП М., выражена в форме неосторожности и подтверждается материалами дела №06-11/33-12, протоколом об административном правонарушении от 31.05.2012г.

Индивидуальный предприниматель Машрапова Ырыс Машаевна является рекламодателем рассматриваемой рекламы, выступая субъектом общественных отношений и, осуществляя деятельность, подпадающую под регулирование Федерального закона «О рекламе», а также будучи обязанной выполнять установленные данным законом требования к размещаемой рекламе, имела возможность для их соблюдения, однако не предприняла для этого необходимых мер и допустила распространение рекламы пива, не соответствующей требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе.

Доказательства принятия индивидуальным предпринимателем своевременно всех зависящих от нее мер по соблюдению требований Федерального закона «О рекламе» или наличия обстоятельств, объективно препятствовавших этому, в

материалах административного дела 06-09/232-12 отсутствуют.

Решая вопрос о виде и размере административного наказания, руководитель Томского УФАС России учитывает характер совершенного правонарушения, форму вины нарушителя, отягчающие и смягчающие обстоятельства.

Совершенное ИП М., правонарушение не является малозначительным, так как имело место распространение ненадлежащей рекламы пива. Несоблюдение установленных требований к рекламе указанных товаров обладает высокой степенью общественной опасности, поскольку может нанести вред здоровью граждан, в том числе, учитывая распространение рекламы в непосредственной близости медицинского учреждения. Несоответствие рекламы требованиям законодательства о рекламе нарушает права и законные интересы потребителей. Также, существенную угрозу в данном случае представляет не наступление каких-либо материальных последствий (состав административного правонарушения является формальным), а пренебрежительное отношение индивидуального предпринимателя к исполнению своих публично-правовых обязанностей.

В соответствии со ст. 4.2 Кодекса РФ об административных правонарушениях, в которой приведен открытый перечень обстоятельств, смягчающих административную ответственность, руководитель Томского УФАС России полагает возможным признать в качестве смягчающего обстоятельства, совершение административного правонарушения впервые, устранение нарушения до рассмотрения дела об административном правонарушении.

В соответствии со ст.4.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях отягчающих по делу обстоятельств не установлено.

В связи с изложенным, представляется возможным назначить административное наказание ниже максимальной санкции, предусмотренной ч.1 ст.14.3 КоАП РФ.

Руководствуясь ст.ст.23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

Индивидуального предпринимателя М., признать виновной 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 4 000 (четыре тысяч) рублей.

В соответствии с ч.1 ст.32.2 Кодекса РФ об административных правонарушениях штраф должен быть уплачен не позднее 30 дней со дня вступления постановления о наложении штрафа в законную силу.

В соответствии с ч.9 ст.38 ФЗ «О рекламе» суммы штрафов за нарушение законодательства РФ о рекламе зачисляются в бюджеты бюджетной системы РФ в следующем порядке:

-в федеральный бюджет – 40 процентов; -в бюджет Томской области – 60 процентов.

Сведения об уплате суммы штрафа представить в Томское УФАС России в трехдневный срок после уплаты.

Согласно п.1 ст.20.25 Кодекса РФ об административных правонарушениях неуплата административного штрафа в срок, предусмотренный Кодексом об административных правонарушениях, влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа либо административный арест на срок до 15 суток.

В соответствии со ст.30.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях постановление может быть обжаловано в арбитражный суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

В соответствии со ст.31.1 Кодекса РФ об административных правонарушениях постановление вступает в законную силу по истечении срока, установленного для обжалования.