

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о наложении штрафа по делу № 043/04/14.3-908/2021

об административном правонарушении

«13» января 2022 г.

г. Киров

Руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области "...", рассмотрев протокол № 043/04/14.3-908/2021 от 15.12.2021 г., составленный "... – ведущим специалистом-экспертом отдела финансовых рынков и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области в отношении должностного лица – "..., генерального директора ООО «АМФОРА-ЮГ», в связи с нарушением п. 5 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»), ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ),

УСТАНОВИЛ:

Решением Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе по делу № 043/05/21-442/2021 (резюлютивная часть решения оглашена 04 октября 2021 года; в полном объеме решение изготовлено 15 октября 2021 года) признана ненадлежащей реклама следующего содержания: *«Цена от завода без посредников. Собственные виноградники 1000 Га. Гарантия качества производителя. Большой ассортимент вин и шампанского»* с изображением виноградной грозди, распространявшаяся на рекламной конструкции, закрепленной на внешней стене здания, в котором расположен магазин «Millstream» по адресу: г. Киров, ул. Щорса, д. 21, в совокупности с надувной конструкцией в виде винной бутылки, распространявшейся по адресу: г. Киров, ул. Щорса, д. 21, поскольку она противоречит требованиям п. 5 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

Нарушение заключается в следующем.

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе в соответствии со статьей 33 Федерального закона «О рекламе» сотрудниками Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области была зафиксирована информация следующего содержания: *«Цена от завода без посредников. Собственные виноградники 1000 Га. Гарантия качества производителя. Большой ассортимент вин*

и шампанского» с изображением виноградной грозди, размещенная на рекламной конструкции, закреплённой на внешней стене здания, в котором расположен магазин винзавода «Millstream» по адресу: г. Киров, ул. Щорса, д. 21, а также надувная конструкция в виде винной бутылки, размещенная у входа в вышеуказанный магазин (акт фиксации антимонопольного органа от 14.01.2021).

В соответствии с п. 1 ст. 3 Федерального закона «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.

Согласно п. 2 ст. 3 Федерального закона «О рекламе», объект рекламирования – это 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.

В соответствии с п. 3 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Экономической целью размещения рекламы для лица, осуществляющего производство, реализацию товара (работ, услуг), является продвижение и продажа товара (работ, услуг) оптовому покупателю и конечному потребителю.

Признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, сформировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя.

В совокупности с надувной конструкцией в виде винной бутылки, размещенной у входа в магазин винзавода «Millstream» по адресу: г. Киров, ул. Щорса, д. 21, информация, размещенная на рекламной конструкции, закреплённой на внешней стене здания, в котором расположен указанный магазин винзавода «Millstream», следующего содержания: *«Цена от завода без посредников. Собственные виноградники 1000 Га. Гарантия качества производителя. Большой ассортимент вин и шампанского»* с изображением виноградной грозди содержит все юридически значимые признаки рекламы, поскольку такая информация:

- распространена на внешней стене здания, в котором расположен магазин винзавода «Millstream», и является наружной рекламой;

- адресована неопределенному кругу лиц, т.е. тем лицам (потребителям), которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования (неперсонифицированный характер);

- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования: реализуемой магазином винзавода «Мильстрим» алкогольной продукции (винам, игристым винам (шампанское), винным напиткам), формированию интереса к ней у потребителей, в том числе за счет указания на привлекательные условия («цена от

завода», «собственные виноградники», «гарантия качества», «большой ассортимент»).

В соответствии с п. 7 ст. 2 Федерального закона от 22.11.1995 N 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» (далее – Федеральный закон «О государственном регулировании алкогольной продукции») под алкогольной продукцией понимается пищевая продукция, которая произведена с использованием или без использования этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции, с содержанием этилового спирта более 0,5 процента объема готовой продукции, за исключением пищевой продукции в соответствии с перечнем, установленным Правительством Российской Федерации. Алкогольная продукция подразделяется на такие виды, как спиртные напитки (в том числе водка, коньяк), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

В соответствии с п. 11 ст. 2 Федерального закона «О государственном регулировании алкогольной продукции» вино - алкогольная продукция с содержанием этилового спирта от 8,5 (за исключением вина с защищенным географическим указанием или с защищенным наименованием места происхождения) до 16,5 (за исключением столового вина) процента объема готовой продукции, произведенная в результате полного или неполного брожения ягод свежего винограда, виноградного сусла без добавления этилового спирта, а также без добавления (за исключением столового вина) концентрированного виноградного сусла и (или) ректификованного концентрированного виноградного сусла. Вино с защищенным географическим указанием или с защищенным наименованием места происхождения может иметь содержание этилового спирта не менее 4,5 процента объема готовой продукции. Содержание этилового спирта в столовом вине не должно превышать 15 процентов объема готовой продукции. При производстве столового вина допускается добавление концентрированного виноградного сусла и (или) ректификованного концентрированного виноградного сусла для увеличения содержания этилового спирта (обогащение) или подслащивания. При обогащении или подслащивании добавление концентрированного виноградного сусла и (или) ректификованного концентрированного виноградного сусла осуществляется в количестве, которое может увеличить содержание этилового спирта в объеме готовой продукции не более чем на 4 процента. При производстве столового вина обогащение осуществляется путем добавления концентрированного виноградного сусла и (или) ректификованного концентрированного виноградного сусла в виноградное сусло, подвергшееся неполному брожению, или в вино, в котором процесс брожения не окончен, а подслащивание - на любой стадии технологического процесса до момента розлива.

В соответствии с п. 12.3 ст. 2 Федерального закона «О государственном регулировании алкогольной продукции» винный напиток - алкогольная продукция с содержанием этилового спирта от 1,5 процента до 22 процентов объема готовой продукции с насыщением или без насыщения двуокисью углерода, содержащая не менее 50 процентов виноматериалов с добавлением или без добавления ректификованного этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или)

спиртованных виноградного или иного фруктового сусла, и (или) винного дистиллята, и (или) фруктового дистиллята, и (или) сахаросодержащих продуктов, и (или) ароматических и вкусовых добавок, и (или) пищевых красителей, и (или) воды.

Исходя из представленного ООО «АМФОРА-ЮГ» в материалы дела перечня алкогольной продукции, реализуемой в магазине винзавода «Мильстрим» по адресу: г. Киров, ул. Щорса, д. 21, по состоянию на 15.03.2021 следует, что Общество реализует в том числе вина, винные напитки и игристые вина винзавода «Millstream» с содержанием процента этилового спирта более 0,5 процента.

Кроме того, подтверждением того, что рассматриваемая реклама является рекламой алкогольной продукции подтверждается, в том числе позицией членов Экспертного совета по применению рекламного законодательства при Кировском УФАС России (далее – члены Экспертного совета), в состав которого входят представители научных организаций, общественных организаций, экспертов и специалистов в области лингвистики, психологии, журналистики.

Согласно мнению большинства членов Экспертного совета, высказанному на заседании от 16.03.2021, размещенная на рекламной конструкции информация *«Цена от завода без посредников. Собственные виноградники 1000 Га. Гарантия качества производителя. Большой ассортимент вин и шампанского»* с изображением виноградной грозди, а также надувная конструкции в виде винной бутылки, является рекламой. Бутылка – элемент рекламы, который, в том числе привлекает внимание к магазину. Указание на рекламной конструкции предложения о гарантии качества производителя призывает покупателей обратить внимание именно на вина, продаваемые в магазине винзавода «Millstream». Кроме того, членами Экспертного совета было высказано мнение о том, что объектом рекламирования в данном случае являются алкогольная продукция магазина «Millstream»: вина, шампанское.

Таким образом, вышеуказанная информация в совокупности с надувной конструкцией в виде винной бутылки, размещенной у входа в магазин винзавода «Millstream», содержит все признаки рекламы, перечисленные в п. 1 ст. 3 Федерального закона «О рекламе», является рекламой алкогольной продукции, следовательно, на такую информацию, а также на порядок ее размещения распространяются положения Федерального закона «О рекламе».

Согласно п. 1 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» 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, является рекламой и должна в связи с этим отвечать требованиям, предъявляемым Федеральным законом «О рекламе».

Согласно п. 5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе», реклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных

элементах зданий, строений, сооружений.

Согласно ч. 1 ст. 19 Федерального закона «О рекламе» распространение наружной рекламы с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, проекционного и иного предназначенного для проекции рекламы на любые поверхности оборудования, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения (далее - рекламные конструкции), монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта осуществляется владельцем рекламной конструкции, являющимся рекламой распространителем, с соблюдением требований данной статьи.

Кроме того, определяющим признаком для отнесения той или иной конструкции-рекламоносителя к числу технических средств стабильного территориального размещения, по смыслу указанной части ст. 19 Федерального закона «О рекламе», является невозможность перемещения и изменения положения в пространстве присоединенной к конструкции рекламы.

Реклама алкогольной продукции: *«Цена от завода без посредников. Собственные виноградники 1000 Га. Гарантия качества производителя. Большой ассортимент вин и шампанского»* размещена с использованием технического средства стабильного территориального размещения (рекламной конструкции), которая прочно связана с внешней стеной магазина «Millstream», расположенного по адресу: г. Киров, ул. Щорса, д. 21. Соответственно, данная рекламная конструкция является конструктивным элементом здания и не предназначена для перемещения в пространстве.

Таким образом, размещенная на рекламной конструкции информация *«Цена от завода без посредников. Собственные виноградники 1000 Га. Гарантия качества производителя. Большой ассортимент вин и шампанского»* с изображением виноградной грозди нарушает требования п. 5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

Кроме того, согласно Пленуму Высшего Арбитражного Суда РФ N 58 от 08.10.2012 г. рекламодаделец вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Федеральным законом «О рекламе», в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

Исходя из вышеприведенного содержания рекламы алкогольной продукции винзавода «Мильстрим» следует однозначный вывод об отсутствии обязательного предупреждения о вреде чрезмерного потребления алкоголя, что является нарушением ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с ч. 6, 7 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе», несут рекламодатель и рекламораспространитель.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» под рекламодателем понимается изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с п. 7 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» под рекламораспространителем понимается лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Установлено, что по адресу: г. Киров, ул. Щорса, д. 21 розничная продажа алкогольной продукции винзавода «Мильстрим» осуществляется ООО «АМФОРА-ЮГ» (ИНН: 2301101969, ОГРН: 1202300041591) на основании договора франчайзинга № 88-ФР/2020 от 08.09.2020, заключенного с ООО «АПК Мильстрим-Черноморские вина» (вх. № 567 от 01.02.2021). Данный факт также подтверждается составленным антимонопольным органом актом фиксации от 14.01.2021, а также договором аренды от 06.08.2020 г., заключенным между ЗАО «ЭЛТЕХНОСТРОЙ» и ООО «АМФОРА-ЮГ», и перечнем реализуемой алкогольной продукции в магазине винзавода «Мильстрим» по адресу: г. Киров, ул. Щорса, д. 21.

Таким образом, исходя из имеющихся в материалах дела документов, рекламодателем и рекламораспространителем рекламы алкогольной продукции винзавода «Мильстрим» является ООО «АМФОРА-ЮГ» (ИНН: 2301101969, ОГРН: 1202300041591), которое несет ответственность за нарушение требований п. 5 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

Указанный факт нарушения законодательства РФ о рекламе в полном объеме подтверждается имеющимися материалами и решением по делу № 043/05/21-442/2021.

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.

В соответствии со ст. 2.4 КоАП РФ административной ответственности подлежит должностное лицо в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

Согласно примечанию к ст. 2.4 КоАП РФ под должностным лицом в настоящем Кодексе следует понимать лицо, постоянно, временно или в соответствии со специальными полномочиями осуществляющее функции представителя власти, то есть наделенное в установленном законом порядке распорядительными полномочиями в отношении лиц, не находящихся в служебной зависимости от него, а равно лицо, выполняющее организационно-распорядительные или административно-хозяйственные функции в государственных органах, органах государственных внебюджетных фондов Российской Федерации, органах

местного самоуправления, государственных и муниципальных организациях, а также в Вооруженных Силах Российской Федерации, других войсках и воинских формированиях Российской Федерации.

Ответственность за данное правонарушение предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем, рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Согласно сведениям, указанным в выписке из ЕГРЮЛ, законным представителем ООО «АМФОРА-ЮГ» является "...", генеральный директор ООО «АМФОРА-ЮГ».

В соответствии с ч. 4 ст. 28.7 КоАП РФ административное расследование проводится по месту совершения или выявления административного правонарушения.

В соответствии с ч. 6 ст. 28.7 КоАП РФ по окончании административного расследования составляется протокол об административном правонарушении либо выносится постановление о прекращении дела об административном правонарушении.

Определением о возбуждении дела № 043/04/14.3-908/2021 об административном правонарушении и проведении административного расследования от 18.10.2021 (исх. № 4321/04 от 19.10.2021) "..." уведомлялся о дате, времени и месте составления протокола – 16 ноября 2021 г. в 09 часов 30 минут.

Поскольку на указанную дату у Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области отсутствовали документы и сведения, необходимые для производства по делу об административном правонарушении, определением о продлении срока проведения административного расследования по делу № 043/04/14.3-908/2021 об административном правонарушении от 16.11.2021 (исх. № 4692/04 от 17.11.2021) "..." уведомлялся о дате, времени и месте составления протокола – 15 декабря 2021 г. в 10 часов 00 минут.

О дате, времени и месте составления протокола должностное лицо – "...", генеральный директор ООО «АМФОРА-ЮГ», считается извещенным надлежащим образом (письмо с определением от 16.11.2021, направленное по адресу регистрации "...", вернулось в антимонопольный орган 25.11.2021 г.; письмо с определением от 16.11.2021, направленное по юридическому адресу ООО «АМФОРА-ЮГ», получено 30.11.2021 г.; телеграмма, направленная по адресу регистрации должностного лица, вернулась в Управление 13.12.2021).

На составление протокола должностное лицо – "...", генеральный директор ООО «АМФОРА-ЮГ», не явился, представителя по доверенности не направил, ходатайств не заявлял.

В соответствии с ч. 2 ст. 29.5 КоАП РФ дело об административном правонарушении, по которому было проведено административное расследование, рассматривается по месту нахождения органа, проводившего административное

расследование.

Следовательно, местом рассмотрения дела № 043/04/14.3-908/2021 об административном правонарушении является г. Киров.

Определением от 15.12.2021 (исх. № 5159/04 от 16.12.2021) "..." уведомлялся о дате, времени и месте рассмотрения протокола – 13 января 2022 г. в 09 часов 00 минут.

О дате, месте и времени рассмотрения протокола должностное лицо – "...", генеральный директор ООО «АМФОРА-ЮГ», считается извещенным надлежащим образом (письмо с определением от 15.12.2021, а также копия протокола от 15.12.2021 № 043/04/14.3-906/2021 получены по юридическому адресу Общества 31.12.2021, телеграмма, направленная по адресу регистрации должностного лица, вернулась в Управление 17.12.2021).

На рассмотрение протокола № 043/04/14.3-908/2021 от 15.12.2021 г. об административном правонарушении должностное лицо – "...", генеральный директор ООО «АМФОРА-ЮГ», не явился, представителя не направил, заявил письмом от 13.01.2022 г. ходатайство о рассмотрении дела в свое отсутствие, вину признал, просил назначить меру административной ответственности в минимальном размере санкции.

Протокол рассмотрен в отсутствие "..."

Руководитель Кировского УФАС России "...", изучив материалы административного дела, находит вину ООО «АМФОРА-ЮГ» в совершении административного правонарушения установленной и доказанной.

Факт совершения правонарушения ООО «АМФОРА-ЮГ» подтверждается:

- решением Комиссии Кировского УФАС России от 28.07.2021 г. по делу № 043/05/21-442/2021;

- материалами административного дела № 043/04/14.3-908/2021;

- протоколом об административном правонарушении № 043/04/14.3-908/2021 от 15.12.2021 г.

Оценивая собранные по делу доказательства, руководитель Кировского УФАС России находит, что действия "...", генерального директора ООО «АМФОРА-ЮГ», правильно квалифицированы по ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

Событием является установленный факт нарушения рекламного законодательства, выразившийся в определении содержания и распространении рекламы алкогольной продукции винзавода «Мильстрим», распространявшейся на рекламной конструкции, закрепленной на внешней стене здания, в котором расположен магазин «Millstream» по адресу: г. Киров, ул. Щорса, д. 21, в совокупности с надувной конструкцией в виде винной бутылки, распространявшейся по вышеуказанному адресу, в отсутствие обязательного предупреждения о вреде чрезмерного потребления алкоголя в нарушение требований п. 5 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе», ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

Согласно ч. 1 ст. 4.5 КоАП РФ 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 14.01.2021 года (последняя зафиксированная дата распространения ненадлежащей рекламы).

Место совершения административного правонарушения: территория распространения рекламы алкогольной продукции на рекламной конструкции, закрепленной на внешней стене здания, в котором расположен магазин «Millstream» по адресу: г. Киров, ул. Щорса, д. 21, в совокупности с надувной конструкцией в виде винной бутылки, установленной по вышеуказанному адресу.

Время совершения административного правонарушения: 14.01.2021 г. (дата фиксации ненадлежащей рекламы сотрудниками антимонопольного органа).

Объектом административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, являются общественные отношения в области рекламы.

Объективной стороной административного правонарушения являются действия по определению содержания и распространению рекламы алкогольной продукции винзавода «Мильстрим», распространявшейся на рекламной конструкции, закрепленной на внешней стене здания, в котором расположен магазин «Millstream» по адресу: г. Киров, ул. Щорса, д. 21, в совокупности с надувной конструкцией в виде винной бутылки, распространявшейся по вышеуказанному адресу, в отсутствие обязательного предупреждения о вреде чрезмерного потребления алкоголя в нарушение требований п. 5 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе», что является нарушением ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

В соответствии со статьей 2.4 КоАП РФ "... " несет административную ответственность, как должностное лицо – генеральный директор ООО «АМФОРА-ЮГ», в случае совершения административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

Согласно Выписке из ЕГРЮЛ "... " является генеральным директором ООО «АМФОРА-ЮГ», которое определило содержание и распространило рекламу *«Цена от завода без посредников. Собственные виноградники 1000 Га. Гарантия качества производителя. Большой ассортимент вин и шампанского»* с изображением виноградной грозди, распространявшуюся на рекламной конструкции, закрепленной на внешней стене здания, в котором расположен магазин «Millstream» по адресу: г. Киров, ул. Щорса, д. 21, в совокупности с надувной конструкцией в виде винной бутылки, распространявшейся по вышеуказанному адресу, в отсутствие обязательного предупреждения о вреде чрезмерного потребления алкоголя.

Следовательно, субъектом административного правонарушения является должностное лицо – "... ", генеральный директор ООО «АМФОРА-ЮГ».

В соответствии с ч. 1 ст. 1.5 КоАП РФ лицо подлежит административной ответственности только за те административные правонарушения, в отношении

которых установлена его вина.

В данном случае установлено, что у "..." имелась возможность для соблюдения требований рекламного законодательства (действующее законодательство Российской Федерации, в том числе Федеральный закон «О рекламе», является общедоступной информацией), но лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению, в связи с чем нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе произошло по вине "..."

Согласно 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.

Соответственно субъективная сторона при совершении административного правонарушения характеризуется виной субъекта в форме неосторожности, поскольку "...", генеральный директор ООО «АМФОРА-ЮГ», не предвидел возможности наступления вредных последствий, хотя должен был и мог их предвидеть. Объективные обстоятельства, делающие невозможным исполнение установленных законодательством требований, при рассмотрении дела не установлены.

Таким образом, совершенные должностным лицом ООО «АМФОРА-ЮГ» "..." действия по определению содержания и распространению рекламы *«Цена от завода без посредников. Собственные виноградники 1000 Га. Гарантия качества производителя. Большой ассортимент вин и шампанского»* с изображением виноградной грозди, распространявшейся на рекламной конструкции, закрепленной на внешней стене здания, в котором расположен магазин «Millstream» по адресу: г. Киров, ул. Щорса, д. 21, в совокупности с надувной конструкцией в виде винной бутылки, распространявшейся по вышеуказанному адресу, в отсутствие обязательного предупреждения о вреде чрезмерного потребления алкоголя в нарушение требований п. 5 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе», содержат состав административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

В соответствии со ст. 4.2 КоАП РФ в качестве смягчающих вину обстоятельств установлено: раскаяние лица, совершившего административное правонарушение; добровольное прекращение противоправного поведения лицом, совершившим административное правонарушение; оказание лицом, совершившим административное правонарушение, содействия органу, уполномоченному осуществлять производство по делу об административном правонарушении, в установлении обстоятельств, подлежащих установлению по делу об административном правонарушении.

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

Оснований для прекращения производства по делу не имеется.

Рассматриваемое правонарушение не может быть признано малозначительным. Как разъяснил Пленум Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации в

пункте 18 Постановления от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникающих 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. Пленум Верховного Суда Российской Федерации в п. 21 Постановления от 24.03.2005 № 5 «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении КоАП РФ» указал, что 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.

В рассматриваемом случае состав административного правонарушения является формальным, следовательно, правонарушение является общественно-опасным с момента его совершения, независимо от наступления каких-либо последствий. При этом сама общественная опасность выражается в пренебрежительном отношении к исполнению публично-правовых обязанностей и соблюдению требований действующего рекламного законодательства.

Основанием для освобождения от ответственности могут служить обстоятельства, вызванные объективно непреодолимыми либо непредвиденными препятствиями, находящимися вне контроля лица, при соблюдении той степени добросовестности, которая требовалась от него в целях соблюдения законодательно установленных требований. Однако доказательств наличия указанных обстоятельств в материалы дела не представлено.

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

В соответствии с ч. 1 ст. 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 КоАП РФ или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных ч. 2 ст. 3.4 КоАП РФ, за исключением случаев, предусмотренных ч. 2 настоящей статьи.

В соответствии с ч. 2 ст. 3.4 КоАП РФ 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.

Согласно информации, представленной в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на сайте <https://rmsp.nalog.ru/>, ООО «АМФОРА-ЮГ» (ИНН: 2301101969, ОГРН: 1202300041591) на момент вынесения настоящего постановления включено в Реестр субъектов малого и среднего предпринимательства.

Вместе с тем, должностным лицом установлено, что постановлением Кировского УФАС России о назначении административного наказания по делу об административном правонарушении № 021/04/14.3-423/2021 от 28.07.2021 г. должностное лицо – "...", генеральный директор ООО «АМФОРА-ЮГ», привлечен к административной ответственности за ненадлежащую рекламу в соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, в качестве меры административной ответственности вынесено предупреждение.

Таким образом, в рассматриваемом деле оснований для замены административного штрафа на предупреждение, предусмотренных ст. 4.1.1 КоАП РФ, не выявлено.

С учетом характера совершенного административного правонарушения и его последствий, наличия смягчающих обстоятельств принято решение о наложении административного штрафа в минимальном размере санкции, предусмотренной ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

Руководствуясь статьями 3, 5, 21, 33, 38 Федерального закона «О рекламе», статьями 2.1, 2.4, 3.4, 4.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать должностное лицо – "...", генерального директора ООО «АМФОРА-ЮГ», виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. Применить к должностному лицу – "...", генеральному директору ООО «АМФОРА-ЮГ», меру ответственности в виде штрафа за ненадлежащую рекламу в размере 4 000 (четыре тысячи) рублей.