

ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 66р-15/27-04-2016р

о наложении штрафа по делу

об административном правонарушении

«10» ноября 2016 года

г. Киров

Руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области <...>, рассмотрев протокол о возбуждении производства по делу об административном правонарушении № 66р-15/27-04-2016р от 21.07.2016г., составленный <...> – главным специалистом-экспертом отдела финансовых рынков и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области в отношении должностного лица Акционерного общества по производству пива и безалкогольных напитков «Вятич» (далее АО «Вятич») генерального директора <...> по нарушению пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»),

УСТАНОВИЛ:

Решением Кировского УФАС России по делу № 27/04-2016р (резольютивная часть оглашена 09.06.2016г., в полном объеме изготовлено 14.06.2016г.) в действиях АО «Вятич» установлен факт нарушения пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе», выразившийся в распространении рекламы алкогольной продукции (пива), монтированной на внешней стене здания по адресу: г. Киров, ул. Блюхера, <...> следующего содержания: «<...> с изображением продукции, производимой АО «Вятич», а именно: бутылок пива «Вятич классическое».

Нарушение заключается в следующем.

При осуществлении государственного надзора за соблюдением хозяйствующими субъектами требований рекламного законодательства сотрудниками Кировского УФАС России было установлено, что на фасаде здания по адресу: г. Киров, ул. <...> (акты фиксации рекламы от 11.12.2015г. и 01.04.2016г.).

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.

Ненадлежащей признается реклама не соответствующая требованиям законодательства РФ (ст. 3 Федерального закона «О рекламе»).

Информация, размещенная на фасаде здания по адресу: г. Киров, ул. <...> (акт фиксации рекламы от 11.12.2015г.) и информация: <...>» (акт фиксации рекламы от 01.04.2016г.), является общедоступной для восприятия неопределенного круга лиц (пешеходов, идущим вблизи нахождения рекламного баннера, водителями и пассажирами автотранспорта, пассажирам железнодорожных поездов), поскольку распространена посредством наружной рекламы, направлена на привлечение внимания потребителей к объекту рекламирования – продукции (пива), способствует формированию интереса к рекламируемым товарам и их продвижению на рынке, и по своему содержанию является рекламой.

На основании части 1 статьи 19 Федерального закона «О рекламе» наружной рекламой признается реклама, распространенная с использованием щитов, стенов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения, монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта.

В рассматриваемом случае спорная рекламная информация стационарно размещена с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламной конструкции) на внешней стене здания Транспортного цеха (г. Киров, уд. <...>) и соответственно является наружной рекламой.

Согласно пункту 5 части 2 статьи 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 или вне их.

В соответствии с пунктом 7 статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) 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.

Алкогольная продукция подразделяется на спиртные напитки (в том числе водка), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива.

Таким образом, к алкогольной продукции относится пиво, на рекламу которой распространяются требования статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

При анализе информации на предмет наличия в ней признаков рекламы необходимо учитывать, что размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в названных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака).

Как установлено сотрудниками антимонопольного органа и подтверждается материалами дела на рекламной конструкции, монтируемой на внешней стене здания по адресу: г. Киров, ул. <...>, размещена следующая информация: «<...> Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью», содержащая изображение продукции, производимой АО «Вятич», а именно: бутылок пива «Вятич классическое».

По мнению антимонопольного органа, информация «<...>» в совокупности с указанием конкретных единиц продукции – сорта пива «Вятич классическое» направлена на привлечение внимания, формирование и поддержание интереса к алкогольной продукции, а именно к пиву, в том числе к сорту «Вятич классическое» и выделению вышеуказанного товара (сорта пива), поэтому соответствующая информация является по своему характеру рекламной.

В соответствии с пунктом 2 части 2 статьи 2, пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама призвана быть убеждающей по своему характеру с тем, чтобы привлечь внимание новых потребителей к товару (работе, услуге) - объекту рекламирования, сформировать положительное представление о нем (о них) и необходимое рекламодателю для продвижения товара (работы, услуги) позитивное отношение к нему (к ним). Признаком рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту рекламирования для продвижения его на рынке, поддержать интерес к нему и закрепить его образ в памяти потребителя.

Кировским УФАС России установлено, что рекламная информация содержит надпись: «Чрезмерное употребление алкоголя вредит Вашему здоровью», то есть рекламодаделец определил объект рекламирования- алкогольная продукция, в связи с чем внес в рекламный модуль соответствующую предупреждающую надпись, предусмотренную ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

Наличие в рекламе предупреждающей надписи о чрезмерном употреблении алкоголя указывает на то, что информация в рекламе « <...>» имеет отношение именно к алкогольной продукции, производимой АО «Вятич».

Определение спорной информации в качестве рекламы алкогольной продукции подтверждается позицией членов Экспертного Совета по применению рекламного законодательства при Кировском УФАС России от 22.03.2016 г., в состав которого входят представители органов местного самоуправления, научных и общественных организаций, эксперты и специалисты в области лингвистики, психологии, журналистики.

Изучив имеющиеся в материалах дела документы, комиссией Кировского УФАС России сделан вывод о том, что объектом рекламирования является алкогольная продукция – пиво «Вятич классическое», производимая АО «Вятич».

Антимонопольным органом с целью установление лица, имеющего разрешение на размещение рекламы по адресу: г. Киров, ул. <...> следующего содержания: «В<...>. За знакомство!» направлен запрос в МКУ «Городская реклама» (исх. №1667/04 от 15.04.2016г.)

В ответ на запрос информации МКУ «Городская реклама» (вх. № 2496 от 22.04.2016г.) сообщило, что по данным единой информационной базы средств наружной рекламы и информации на территории муниципального образования «Город Киров» разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на фасаде здания (содержание: «<...>. За знакомство!») по данному адресу не выдавалось.

В материалы дела АО «Вятич» (письмо от 23.05.2016г.) представлена информация о том, что здание по адресу: г. Киров, ул. <...> транспортный цех, нежилое 2-этажное, на внешней стене которого размещена спорная информация, принадлежит Открытому акционерному обществу по производству пива и безалкогольных напитков «Вятич» на праве собственности (копия свидетельства о государственной регистрации права от 21.09.2011г.), соответственно правомочным по размещению рекламы на здании обладает данное лицо.

Кировским УФАС России установлено, что согласно Уставу АО «Вятич» основными видом деятельности является производство пива (код 15.96), дополнительными видами деятельности являются оптовая и розничная торговля алкогольными напитками, включая пиво.

В материалы дела № 27/04-2016р АО «Вятич» (вх. № 3160 от 25.05.2016г.) представлено документальное подтверждение производства и реализации пива «Вятич классическое» за период декабрь 2015г. по апрель 2016г.

Предпринимательскую деятельность согласно выписке из ЕГРЮЛ по адресу г. Киров, ул. <...> осуществляет АО «Вятич». Спорная рекламная информация распространялась в связи с привлечением внимания потребителей к алкогольной продукции Вятич, а именно пиву «Вятич классическое». Прямой коммерческий интерес к рекламе алкогольной продукции, указанной в рекламе, имеет АО «Вятич», как производитель (подтверждается сводной таблицей реализации пива Вятич «Классическое»), так и лицо, реализующее данную продукцию.

Учитывая изложенное, информация, размещенная с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламной конструкции), монтированная на внешней стене здания по адресу: г. Киров, ул. <...>, следующего содержания: «<...> (акт фиксации рекламы от 11.12.2015г.) и информация: «<...>» (акт фиксации рекламы от 01.04.2016г.), содержащая изображение продукции, производимой АО «Вятич», а именно: бутылок пива «Вятич классическое», является ненадлежащей и противоречит пункту 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» несет рекламораспространитель (лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств).

Исследовав материалы дела, Кировское УФАС России приходит к выводу, что рекламодателем спорной рекламы, исходя из понятия, установленного статьей 3 Федерального закона «О рекламе», является АО «Вятич», которое несет ответственность за нарушение требований пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

На основании ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем 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.

Из анализа имеющихся в деле документов следует, что нарушение рекламного законодательства произошло по вине АО «Вятич».

О дате, месте и времени составления протокола должностное лицо АО «Вятич» генеральный директор <...> уведомлен надлежащим образом (уведомление получено 05.07.2016г.). Протокол составлен в присутствии представителя <...> по доверенности № б/н от 20.07.2016г. <...>

Всесторонне, полно и объективно исследовав представленные в материалы дела документы, антимонопольным органом установлен в действиях должностного лица -генерального директора АО «Вятич» <...>. состав вменяемого административного правонарушения, соблюдена процедура привлечения к административной ответственности.

На основании ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем 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 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 01.04.2016г. (дата последней фиксации рекламы).

В ходе рассмотрения дела были исследованы все обстоятельства совершенного нарушения рекламного законодательства. Факты, изложенные в протоколе № б6р-15/27-04-2016р от 21.07.2016г. об административном правонарушении, подтверждаются в полном объеме материалами дела № 27/04-2016 р.

В соответствии со ст. 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.

Место совершения правонарушения: место распространения рекламной информации следующего содержания: «<...>» (акт фиксации рекламы от 01.04.2016г.) – здание транспортного цеха, расположенного по адресу: 610027, г. Киров, ул. <...>- дата фиксации наружной рекламы.

Объектом административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях, являются общественные отношения в области рекламы.

Объективная сторона административного правонарушения – действия должностного лица -генерального директора <...> по распространению рекламы: «<...> (акт фиксации рекламы от 01.04.2016г.) на здании транспортного цеха, расположенного по адресу: 610<...>, г. Киров, ул. <...> что, соответственно, привело к нарушению требований пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Согласно ст. 2.4 Кодекса РФ об административных правонарушениях генеральный директор АО «Вятич» <...> несет административную ответственность как должностное лицо в случае совершения административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

Субъект административного правонарушения – должностное лицо – генеральный директор АО «Вятич» <...> ,

В силу части 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.

Субъективная сторона административного правонарушения характеризуется виной субъекта в форме неосторожности, поскольку генеральный директор АО «Вятич» <...> 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, рассматриваемое правонарушение совершено по вине должностного лица – генерального директора АО «Вятич» <...> по неосторожности.

Совершенные должностным лицом – генеральным директором АО «Вятич» <...> действия по распространению рекламы алкогольной продукции которая не соответствует требованиям пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе», содержат состав административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

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

Согласно Федеральному закону от 29.12.2010 № 436-ФЗ (ред. от 05.04.2013) «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» к информации, причиняющей вред здоровью и (или) развитию относится и реклама алкогольной продукции, способная вызвать у детей желание употребить алкогольную продукцию.

Федеральный закон «О рекламе» особо регламентирует распространение рекламы алкогольной продукции, в связи с важностью для общественных отношений, охраняющих здоровье граждан, позволяющих минимизировать вредное воздействие на население подобной рекламной информацией, в частности, установлен запрет на размещение наружной рекламы алкогольной продукции, которая особо привлекательна для восприятия.

На основании изложенного, с учетом существа правонарушения, общественной значимости государственного контроля в области распространения рекламы алкогольной продукции правонарушение, совершенное генеральным директором АО «Вятич» <...> представляет общественную опасность.

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 генерального директора АО «Вятич» <...> от административной ответственности ввиду малозначительности в соответствии со ст. 2.9 КоАП РФ отсутствуют.

Кроме того, основанием для освобождения от ответственности могут служить обстоятельства, вызванные объективно непреодолимыми либо непредвиденными препятствиями, находящимися вне контроля генерального директора АО «Вятич» <...> 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.

Решая вопрос о виде и размере административного наказания, учитывается характер совершенного правонарушения, его длительность, форма вины лица, привлеченного к административной ответственности, отягчающие и смягчающие административную ответственность обстоятельства.

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

В соответствии со ст. 4.2 КоАП РФ в качестве смягчающих обстоятельств установлено добровольное прекращение противоправного поведения.

Оснований для прекращения производства по делу не имеется.

Наложение административного штрафа на генерального директора АО «Вятич» <...> осуществляется в минимальном размере санкции, установленной ч. 1 ст. 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

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

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать должностное лицо Акционерного общества по производству пива и безалкогольных напитков «Вятич» <...> виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. Применить к должностному лицу Акционерного общества по производству пива и безалкогольных напитков «Вятич» генеральному директору <...> меру ответственности в виде административного штрафа за ненадлежащую рекламу в размере 4 000 (четыре тысяч) рублей.

Суммы штрафов, уплаченных за нарушения законодательства о рекламе,

зачисляются в соответствующие бюджеты в следующем соотношении:

40 процентов – в федеральный бюджет;

60 процентов – в бюджет субъекта Российской Федерации.

Получатель: ИНН 4347021540

КПП 434501001 УФК по Кировской области

(Кировское УФАС России) л/с 04401233690

Банк получателя Отделение Киров
№ 40101810900000010001

Расчетный счет: БИК 043304001

КБК 161 1 16 26000 01 6000 140

Плательщик: <...>

161 1 16 26000 01 6000 140 Штраф за нарушение
законодательства о рекламе

ОКТМО 33701000

К оплате: 4 000 (четыре тысячи) рублей

УИН 0319805920111000000616199

Согласно части 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных [статьей 31.5](#) Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В трехдневный срок со дня уплаты штрафа <...> надлежит представить в

Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области копии платежных документов. В соответствии с ч. 1 ст. 20.25 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа, но не менее одной тысячи рублей, либо административный арест на срок до пятнадцати суток, либо обязательные работы на срок до пятидесяти часов.

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.