

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о прекращении производства по делу

об административном правонарушении № 026/04/14.3-461/2019

03 июня 2019 г.

г. Ставрополь

Заместитель руководителя управления Федеральной антимонопольной службы по Ставропольскому краю Золина Галина Владимировна, рассмотрев материалы дела об административном правонарушении, возбужденного 29.04.2019 прокуратурой Арзгирского района в отношении ИП Залевского Сергея Анатольевича /<...>, ИНН 262308470503, предприниматель зарегистрирован Межрайонной инспекцией Федеральной налоговой службы №11 по Ставропольскому краю 30.01.2006 за ОГРНИП 306264503000021/ по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (нарушение части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38 – ФЗ «О рекламе»),

в отсутствие ИП Залевского С.А., надлежащим образом уведомленного о времени и месте рассмотрения дела (почтовое уведомление о вручении №80085236418825), Прокуратура Арзгирского района также уведомлена надлежащим образом (почтовое уведомление о вручении №80085236418818),

УСТАНОВИЛ:

26.04.2019 Прокуратурой района установлено, что ИП Залевским С.А. совершено административное правонарушение, предусмотренное статьей 14.3 КОАП РФ, которое выразилось в следующем.

Так, проверкой установлено, что ИП Залевский С.А. с 10.07.2017 осуществляет свою предпринимательскую деятельность по реализации пива в магазине расположенном по адресу с. Арзгир, ул. Кирова, д. 151.

В ходе проверки соблюдения рекламного законодательства о рекламе установлено, что над входом в магазин ИП Залевского С.А., согласно фотоматериалам, расположена вывеска, содержащая название магазина «Пивная волна». Также, справа от входа, на заборе расположена вывеска «Живое пиво» и слева от входа расположен рекламный плакат следующего содержания «Бойлерное пиво. Чрезмерное употребление алкогольной продукции вредит вашему

здоровью».

Рассмотрев материалы дела, должностное лицо приходит к следующим выводам.

В соответствии с частью 3 статьи 21 ФЗ «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).

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона от 13 марта 2006 года N 38-ФЗ "О рекламе" (далее - Федеральный закон "О рекламе") реклама - 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.

Информация, не отвечающая признакам, содержащимся в указанном понятии рекламы, не может быть признана рекламой, на такую информацию, а также на порядок ее размещения, не распространяются положения Федерального закона "О рекламе".

Информация, не содержащая указания на объект рекламирования, к которому направлено внимание и формируется интерес, не признается рекламой.

Согласно статье 3 Федерального закона "О рекламе" под объектом рекламирования понимается 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. Товар - это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В соответствии с частями 1, 3 статьи 455 Гражданского кодекса Российской Федерации товаром по договору купли-продажи могут быть любые вещи, не изъятые из оборота. Условие договора купли-продажи о товаре считается согласованным, если договор позволяет определить наименование и количество товара.

Частью 1 статьи 467 Гражданского кодекса Российской Федерации установлено, что если по договору купли-продажи передаче подлежат товары в определенном соотношении по видам, моделям, размерам, цветам или иным признакам (ассортимент), продавец обязан передать

покупателю товары в ассортименте, согласованном сторонами.

Таким образом, системный анализ гражданского законодательства Российской Федерации свидетельствует о том, что объектом рекламирования может выступать тот товар, предназначенный для продажи или иного введения в гражданский оборот, который можно индивидуализировать, выделить среди однородной группы товаров. Соответственно, реклама товара всегда представляет собой информацию о конкретном товаре, который можно индивидуализировать внутри группы однородных товаров.

Рекламой признается информация, позволяющая четко обозначить, индивидуализировать конкретный объект рекламирования, выделить его среди однородных товаров и сформировать к нему интерес в целях продвижения на рынке, в том числе в случае размещения такой информации на рекламных конструкциях.

Информация, не содержащая указания на объект рекламирования, в том числе наименования организации, названий товаров (работ, услуг), средств индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий, которые позволяют выделить конкретное лицо или конкретный товар среди множества однородных, не направленная на их продвижение на рынке и не формирующая интереса к ним, не является рекламой, поскольку такая информация не содержит объекта рекламирования.

В случае размещения на фасаде торгового объекта или магазина фотографий каких-либо товаров или каких-либо изображений (например, пейзаж, бутылка вина, пивная кружка, какая-либо техника, одежда и т.п.) без индивидуализирующих признаков, характеристики, цены указанных товаров, такие изображения не могут быть признаны рекламными, поскольку не преследуют цели продвижения товара на рынке.

Информация, обязательная к размещению в силу закона или обычая делового оборота, не признается рекламой.

В соответствии с пунктом 2 части 2 статьи 2 Федерального закона "О рекламе" данный Закон не распространяется на информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом.

Кроме того, согласно пункту 1 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации N 58 от 08.10.2012 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" не может быть квалифицирована в качестве рекламы информация, которая обязательна к размещению в силу закона или размещается в силу обычая делового оборота.

Указание в месте нахождения организации профиля ее деятельности (аптека, кондитерская, ресторан) либо ассортимента реализуемых товаров и услуг (хлеб, продукты, мебель, вино, соки), может быть признано обычаям делового оборота, соответственно, на конструкции с такой информацией нормы Федерального закона "О рекламе" не распространяются.

Учитывая изложенное, указание на здании в месте нахождения организации ее наименования, в том числе, если такое указание осуществляется с использованием товарного знака или его части, а также профиля деятельности и перечня оказываемых услуг, не может рассматриваться в качестве рекламы, соответственно на такую информацию не распространяются требования Федерального закона "О рекламе".

Таким образом, в содержании информации «Бойлерное пиво», «Пивная волна» и «Живое пиво» отсутствуют признаки понятия рекламы, указанные в Федеральном законе "О рекламе", следовательно, данная информация не может быть признана рекламой.

Частью 1 статьи 2.1 КоАП РФ установлено, что 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.

Из определения административного правонарушения, данного в статье 2.1 КоАП РФ, выделяются следующие его признаки.

1. Противоправность действия (бездействия). Противоправное – не основанное на законе (незаконное) действие или бездействие, нарушение нормы законодательства, регулирующей те или иные отношения;

2. Виновное действие (бездействие). Вина в совершении правонарушения характеризуется умыслом или неосторожностью (формой вины).

Событие административного правонарушения - это подтвержденный доказательствами факт того, что правонарушение имело место.

Исходя из имеющихся в материалах настоящего дела доказательств, должностное лицо, рассматривающее дело об административном правонарушении, приходит к выводу об отсутствии достоверных доказательств наличия самого события рассматриваемого правонарушения, а также невозможности получения административным органом таких доказательств.

В соответствии со ст. 29.9 КоАП РФ по результатам рассмотрения дела об административном правонарушении может быть вынесено постановление о назначении административного наказания или о прекращении производства по делу об административном правонарушении. Постановление о прекращении производства по делу об административном правонарушении выносится в случае наличия хотя бы одного из обстоятельств, предусмотренных ст. 24.5 КоАП РФ.

В свою очередь п. 1 ч. 1 ст. 24.5 КоАП РФ установлено, что производство по делу об административном правонарушении не может быть начато, а начатое производство подлежит прекращению в случае отсутствия события административного правонарушения.

На основании вышеизложенного, руководствуясь статьями 2.1, 2.4, 4.1-4.3, ч. 11 ст. 7.30 статьей 23.66, 24.5, статьей 29.9 и статьей 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

Дело об административном правонарушении № 026/04/14.3-461/2019, возбужденное в отношении ИП Залевского Сергея Анатольевича /<...>, ИНН 262308470503, предприниматель зарегистрирован Межрайонной инспекцией Федеральной налоговой службы №11 по Ставропольскому краю 30.01.2006 за ОГРНИП 306264503000021/, прекратить, в связи с отсутствием в его действиях события административного правонарушения.

В соответствии с пунктом 3 части 1 статьи 30.1 и статьей 30.3 КоАП постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу либо в суд по месту рассмотрения дела, в течение 10 суток со дня вручения или получения постановления.

Согласно части 1 статьи 31.1 КоАП 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.

