

Постановление

по делу № 012/04/14.3-1030/2021 об административном правонарушении

«30» ноября 2021 года
Йошкар-Ола

г.

Я, заместитель руководителя – начальник отдела Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл <...>, рассмотрев протокол от 16.11.2021 об административном правонарушении и материалы дела № 012/04/14.3-1030/2021, возбужденного в отношении заместителя директора общества с ограниченной ответственностью «Юнит-М» - В<...> (<...>) по факту нарушения пункта 5 части 2, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), выразившегося в размещении наружной рекламы вино-бара «Ласковые сети», расположенного по адресу: г. Йошкар-Ола, ул. Петрова, д. 4 «В», в присутствии <...>,

Установил:

Марийским УФАС России возбуждено дело № 012/04/14.3-1030/2021 об административном правонарушении в отношении в отношении заместителя директора ООО «Юнит-М» по факту нарушения пункта 5 части 2, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), выразившегося в размещении наружной рекламы вино-бара «Ласковые сети», расположенного по адресу: г. Йошкар-Ола, ул. Петрова, д. 4 В., ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ).

16.11.2021 ведущим специалистом-экспертом отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов Марийского УФАС России <...> составлен протокол об административном правонарушении 012/04/14.3-1030/2021 в отношении заместителя директора ООО «Юнит-М» <...> по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

<...> надлежащим образом извещен о дате, времени составлен протокола. Уведомление о составлении протокола (исх. № 03-07/859 02.11.2021), направленное Марийским УФАС России по адресу мес

регистрации <...>, согласно сведениям Почты России получено и 09.11.2021.

Копия протокола № 012/04/14.3-1030/2021 об административном правонарушении (исх. № 03-07/894 от 16.11.2021) вручена <...> лично, о чем имеется отметка в протоколе.

Таким образом, должностное лицо ООО «Юнит-М» <...> на момент рассмотрения административного дела № 012/04/14.3-1030/20 надлежащим образом извещен о месте и времени рассмотрения административного дела.

Событие административного правонарушения выразилось в следующем

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) в ходе мониторинга наружной рекламы установлены факты размещения рекламы вино-бар «Ласковые сети», расположенного по адресу: г. Йошкар-Ола, ул. Петров д.4В., которая содержит нарушение законодательства о рекламе следующего содержания:

Согласно статье 3 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «о рекламе» (далее – Закон 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.

Информация, указанная в рассматриваемых вывесках, является рекламой, так как распространена при помощи рекламных плакатов, рекламных конструкций, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена

(Письмо ФАС России от 05.04.2007 №АЦ/4624 «О понятии «неопределенный круг лиц»).

Под объектом рекламирования понимают 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.

Из содержания текста рекламной информации, содержащегося в рассматриваемой рекламе следует, что объектом рекламирования являются услуги по продаже алкогольной продукции.

Целью рекламы является не просто продвижение соответствующего товара (работы, услуги), а доведение до потребителя всех необходимых сведений, способных вызвать у ее потребителя правильное (неискаженное) представление об объекте рекламирования. Недостаточная информированность потребителя обо всех условиях рекламируемого товара (работы, услуги), имеющая место в силу недобросовестного поведения организации, предоставляющей услуги или реализующей товар, приведет к неоправданным ожиданиям названного лица, прежде всего, в отношении сделки, которую он намерен заключить. Закон не предъявляет требования указать всю существенную информацию, но обязывает формировать у ее потребителя правильное (достоверное) восприятие о соответствующей продукции (товаре, услуге).

Согласно Постановлению Пленума, ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами ФЗ «О рекламе» информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

В соответствии с пунктами 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит недостоверные сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

В соответствии с Письмом ФАС России от 20.02.2015 № АК/7749/15 «О рекламе алкогольной продукции» требование о предупреждении вреда чрезмерного потребления алкогольной продукции применяется к любым

способам распространения рекламы любой алкогольной продукции.

Согласно пункту 7 статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции» алкогольная продукция - 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), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

В пункте 2 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» установлено, что 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.

Реклама, вино-бара «Ласковые сети», расположенного по адресу: г. Йошкар-Ола, ул. Петрова, д. 4 В, является рекламой алкогольной продукции, так как в ней использовано изображение рюмки с вином, а также бочек. Кроме того, название вино-бара «Ласковые сети» указывает на ассортимент алкогольной продукции.

В рассматриваемой рекламе отсутствует предупреждение, предусмотренное частью 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

Как видно из фотографий спорной рекламы вино-бара «Ласковые сети», расположенного по адресу: г. Йошкар-Ола, ул. Петрова, д. 4 В предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции отсутствует, что содержит нарушения требований ч.3 ст. 21 Закона о рекламе.

На основании вышеизложенного, Марийским УФАС России усматриваются нарушения части 3 статьи 21 Федерального закона от

13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

Кроме того, пунктом 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе установлено, что 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 частью 3 Письма ФАС России от 28.04.2011 № АК/16266 «О некоторых вопросах применения законодательства о рекламе» к числу технических средств стабильного территориального размещения относятся щиты, стенды, строительные сетки, перетяжки, электронные табло, воздушные шары, аэростаты и иные объекты, монтируемые и располагаемые на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта.

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

Указанная рекламная конструкция прикреплена с помощью саморезов к внешней стороне вино-бара «Ласковые сети», нежилое помещение которого входит в состав здания, что противоречит требованиям пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

На основании вышеизложенного, Марийским УФАС России при размещении рассматриваемой рекламы установлены нарушения пункта 5 части 2, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частями 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований части 3 статьи 21 Закона о рекламе несет рекламоделец и рекламораспространитель, требований пункта 5 части 2 статьи 21 – рекламораспространитель.

В соответствии с пунктами 5, 6, 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламодаделец - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с

использованием любых средств.

Согласно сведениям, деятельность в вино-баре «Ласковые сети» осуществляет ООО «Юнит-М» (<...>). Указанная рекламная конструкция располагается в месте осуществления деятельности ООО «Юнит-М», привлекает внимание к вино-бару «Ласковые сети».

ООО «Юнит-М» представлены пояснения о том, что общество признает конструкцию, размещенную по адресу: г. Йошкар-Ола, ул. Петрова, д. 4 «В», рекламной и нарушающей требования законодательства о рекламе. Однако поясняет, что ООО «Юнит-М» никакого отношения к данной вывеске не имеет, так как данная вывеска осталась от предыдущих арендаторов, что подтверждается несоответствием реквизитов, указанных в верхнем правом углу данной рекламы, с реквизитами ООО «Юнит-М».

Марийским УФАС России установлено, что деятельность по данному адресу осуществляет ООО «Юнит-М». Кроме того, на вывеске, содержащей режим работы указано: «Вино-бар «Ласковые сети» ООО «Юнит-М» <...>. <...>».

Следовательно, рекламная конструкция «вино-бар «Ласковые сети» располагается в месте осуществления деятельности ООО «Юнит-М» и привлекает внимание к данному вино-бару.

Таким образом, вышеуказанная наружная реклама вино-бара «Ласковые сети», расположенная по адресу: г. Йошкар-Ола, ул. Петрова, д. 4 «В», нарушает требования пункта 5 части 2, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

Марийским УФАС России установлено, что ответственным за данное правонарушение является заместитель директора ООО «Юнит-М» - Ведерников Сергей Павлович.

В соответствии с должностной инструкцией, утвержденной директором ООО «Юнит-М» от 11.08.2018, заместитель директора организует разработку стратегии проведения рекламных мероприятий в СМИ, участие в отраслевых выставках, ярмарках, выставках-продажах для информирования потенциальных потребителей и расширения рынков сбыта.

Ответственность за данное административное правонарушение предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей.

Статьей 26.1 КоАП РФ также предусмотрено, что одним из обстоятельств, подлежащих выяснению по делу об административном правонарушении, является виновность лица в совершении административного правонарушения.

Согласно части 1 статьи 1.5 КоАП РФ лицо подлежит административной ответственности только за те административные правонарушения, в отношении которых установлена его вина.

В соответствии со статьей 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.

Согласно статье 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.

Под должностным лицом в КоАП РФ следует понимать лицо – руководителя, работника организации, совершившего административное правонарушение в связи с выполнением организационно-распорядительных или административно-хозяйственных функций.

Организационно-распорядительные функции включают в себя руководство коллективом, расстановку и подбор кадров, организацию труда или службы подчиненных, поддержание дисциплины, применение мер поощрения и наложение дисциплинарных взысканий и иные.

К административно-хозяйственным функциям могут быть, в частности, отнесены полномочия по управлению и распоряжению имуществом и денежными средствами, находящимися на балансе и банковских счетах организаций и учреждений, воинских частей и подразделений, а также совершение иных действий: принятие решений о начислении заработной платы, премий, осуществление контроля за движением материальных ценностей, определение порядка их хранения и т.п.

Должностное лицо, в силу возложенных на него обязанностей, должно знать требования законодательства о рекламе и соблюдать их. <...> не принял всех зависящих от него мер при наличии необходимой степени заботливости и осмотрительности, которые требовались от нее по соблюдению требований действующего законодательства, а, следовательно, в действиях <...> имеется вина в совершении административного правонарушения в форме неосторожности.

Кроме того, на рассмотрении дела <...> признал в своих действиях нарушение части 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Антимонопольный орган на основе собранных по делу доказательств приходит к выводу, что вина заместителя директора ООО «Юнит-М» - <...> в нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе установлена.

Место, время совершения и событие административного правонарушения:

Место совершения административного правонарушения: Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола.

Время совершения административного правонарушения: 11 июня 2021 года - дата мониторинга и обнаружения наружной рекламы в г. Йошкар-Ола.

Состав административного правонарушения по пункту 5 части 2, части 3 статьи 21 Закона о рекламе, совершенного заместителем директора ООО «Юнит-М» <...>, образуют:

- объект административного правонарушения - установленный порядок производства, размещения и распространения рекламы;
- объективная сторона – действия <...>, направленные на доведение рекламы до потребителей с нарушением пункта 5 части 2, части 3 статьи 21 Закона о рекламе;
- субъект правонарушения – заместитель директора ООО «Юнит-М» <...>;
- субъективная сторона – виновное совершение административного правонарушения, так как у <...> имелась возможность соблюдения законодательства о рекламе, но им не были приняты все зависящие от него меры по его соблюдению.

Следовательно, установлено, что имело место событие административного правонарушения и факт его совершения <...> Кроме того, имелись основания для составления протокола об административном правонарушении, юридические признаки (противоправность, виновность, наказуемость) и все элементы состава административного правонарушения, предусмотренные нормой права (объект, объективная сторона, субъект, субъективная сторона).

Обстоятельств, исключающих производство по делу об административном правонарушении (ст. 24.5 КоАП РФ) не установлено.

В соответствии с частью 1 статьи 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 частью 2 статьи 3.4 КоАП РФ.

В силу части 2 статьи 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.

Совершенное административное правонарушение, предусмотренное частью 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях, не относится к исключениям, установленным частью 2 статьи 4.1.1 КоАП РФ. Предупреждение не входит в число наказаний, предусмотренных санкцией части 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Согласно сведениям, содержащимся на сайте Федеральной налоговой службы <https://rmsp.nalog.ru> в разделе «Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства» общество с ограниченной ответственностью «Юнит-М» (<...>) является субъектом малого предпринимательства.

Сведения о том, что должностное лицо ООО «Юнит-М» <...> ранее привлекался за совершение аналогичного правонарушения, в материалах дела отсутствуют. Аналогично отсутствует документально подтвержденная информация о возникновении 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 при совершении рассматриваемого правонарушения, наличии материального ущерба.

В соответствии со статьей 3.4 КоАП РФ предупреждение - мера административного наказания, выраженная в официальном порицании физического или юридического лица. Предупреждение выносится в письменной форме.

Предупреждение является официальным предостережением лица о

недопустимости противоправного поведения. Вынесение предупреждения является профилактической мерой, которая призвана побудить правонарушителя к добровольному исполнению нарушенной им же обязанности, способствовать выполнению им правовых обязанностей. Вместе с тем применение этой меры, как и других административных санкций, влечет для правонарушителя неблагоприятные правовые последствия. Субъект ответственности в течение года считается лицом, привлекавшимся к административной ответственности.

Должностное лицо Марийского УФАС России, оценив представленные доказательства в их совокупности, принимает во внимание вышеизложенные конкретные обстоятельства совершения административного правонарушения, отсутствие отягчающих ответственность обстоятельств и считает, что для достижения целей административного наказания, установленных частью 1 статьи 3.1 КоАП РФ <...> достаточно такой меры административного наказания как предупреждение.

Учитывая наличие совокупности изложенных выше обстоятельств, руководствуясь вышеперечисленными нормативно-правовыми актами,

ПОСТАНОВИЛ:

Привлечь <...> (<...>) к административной ответственности по части 1 статьи 14.3 КоАП и назначить ей наказание в виде предупреждения.

В соответствии с частью 1, 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ 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 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 31.1 КоАП РФ 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.

Заместитель руководителя-

начальник отдела