

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

### о назначении административного наказания

#### по делу №06-09/202-12

31 мая 2012г.

г.Томск

Руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Томской области Шевченко Владимир Иванович, рассмотрев протокол от 21.05.2012г. и материалы дела №06-09/202-12 об административном правонарушении, предусмотренном ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, возбужденного в отношении должностного лица — директора ООО «Орбира-2» С., в присутствии С.,

#### 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 В г.Томске в оконных проемах и на наружных стенах здания магазина «Орбита» по адресу пр. Фрунзе, 121а размещены конструкции следующего содержания: «Вина Кубани на розлив и не только... (3822)512815, [www.vinakubany.ru](http://www.vinakubany.ru)», включающей обозначение торговой марки «Вина Кубани»; «Акция отдохни с размахом. Выиграй гриль-домик. Более 60000 гарантированных призов. Предупреждаем о вреде чрезмерного потребления пива», содержит изображение стеклянной бутылки с этикеткой с обозначением торговой марки «Сибирский бочонок»; «Amstel Premium Pilsener. Амстердам...здесь не торопят время...», содержит изображение стеклянной бутылки на этикетке которой содержатся изображения торговой марки «Amstel Premium Pilsener», а также указана цены «37 рублей»; кроме того, размещены рекламные конструкции с рекламой содержащей торговые марки, а именно: «Балтика3», «Балтика9. Крепкое», «Балтика7», «Carlsberg», «Вина Кубани».

Данный факт зафиксирован в акте осмотра наружной рекламы от 06.03.2012г., 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, а также алкогольная продукция - вино, компания «Вина Кубани».

В соответствии с частью 3 статьи 22 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде чрезмерного потребления пива и напитков, изготавливаемых на его основе.

Согласно части 4 статьи 2 Федерального закона «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.

В соответствии с частью 3 статьи 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).

В рассматриваемой рекламе пива «Балтика 9», «Балтика 7», «Amstel», «Carlsberg», алкогольной продукции и ее продавца - компании «Вина Кубани» отсутствует предупреждение о вреде чрезмерного потребления, что свидетельствует о нарушении требований Закона о рекламе.

В соответствии с пунктом 6 части 2 статьи 21, 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.

Рассматриваемая реклама пива и алкогольной продукции размещена на наружных стенах и в оконных проемах с использованием рекламных конструкций (плакатов), обращенных на улицу на расстоянии ближе чем сто метров от медицинского учреждения, а именно на расстоянии 73 метров от здания медицинского учреждения - Муниципального бюджетного лечебно-профилактического учреждения «Поликлиника №6» по пр.Фрунзе, 218 (ответ Департамента архитектуры и градостроительства Администрации г.Томска от 02.04.2012г. №01-01-18/2817).

Распространение рекламы пива и алкогольной продукции на расстоянии ближе чем сто метров от медицинского учреждения свидетельствует о нарушении требований Закона о рекламе.

Кроме того, в соответствии с частью 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 или вне их.

Распространение рекламы алкогольной продукции и ее продавца - компании «Вина Кубани» с использованием технических средств стабильного территориального размещения 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 02.05.2012г. по делу №06-11/43-12, возбужденному по признакам нарушения законодательства о рекламе, указанная реклама признана ненадлежащей.

Согласно части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований пп.5,6 ч.2, ч.3 ст.21, п.6 ч.2, ч.3 ст.22 вышеуказанного Закона несет рекламодатель.

Рекламодателем рассматриваемой рекламы является общество с ограниченной ответственностью «Орбита-2» (634021, г Томск, пр.Фрунзе, д.121 «а», ОГРН 1037000100642, ИНН 7019027496), что подтверждается решением по делу №06-11/43-12, свидетельством о государственной регистрации права от 25.11.2005, лицензией №70МЕ002013 о розничной продаже алкогольной продукции, ответом Департамента экономического развития и управления муниципальной собственностью Администрации г.Томска от 23.34.2012г. №01-01-18/3065, устными пояснениями представителя ООО «Орбита-2» С., (протокол заседания Комиссии от 02.05.2012г.).

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

Смокотин Вячеслав Анатольевич решением учредителя ООО «Орбита-2» от 07.02.2011г. назначен на должность директора Общества с передачей всех прав и обязанностей согласно Уставу. В соответствии с положениями гл. 9 Устава ООО «Орбита-2» от 11.08.2011г. в компетенцию директора входит руководство текущей деятельностью Общества, распоряжение имуществом и средствами Общества для обеспечения его текущей деятельности и т.д.

Установлено, и подтверждается материалами дела №06-11/43-12 о нарушении законодательства о рекламе, что именно должностное лицо Смокотин В.А. осуществил согласование размещения ненадлежащей рекламы, не принял меры, направленные на обеспечение соответствия рассматриваемой рекламы Федеральному закону «О рекламе», и в силу своего должностного положения несет административную ответственность за нарушение рекламодателем законодательства о рекламе.

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

В связи с вышеуказанным, 21.05.2012г. в отношении должностного лица - директор

ООО «Орбита-2» С., составлен протокол об административном правонарушении, возбуждено административное дело №06-09/202-12 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 должностного лица — директор ООО «Орбита-2» С., доказанной, а его действия верно квалифицированными по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, за нарушение требований пп.5,6 ч.2, ч.3 ст.21, п.6 ч.2, ч.3 ст.22 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

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.

Согласно статье 2.4. административной ответственности подлежит должностное лицо в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

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.

Объективная сторона названного административного правонарушения выразилась в нарушении законодательства о рекламе, а именно пп.5,6 ч.2, ч.3 ст.21, п.6 ч.2, ч.3 ст.22 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», вменяемое должностному лицу административное правонарушение характеризуется формальным составом, и является окончанным с момента нарушения соответствующих положений предусмотренных Законом о рекламе.

Смокотин Вячеслав Анатольевич, являясь должностным лицом — директором ООО «Орбита-2» имел возможность осуществить контроль за соблюдением законодательства о рекламе при размещении рекламы пива, однако, не принял всех необходимых и достаточных мер для соблюдения установленных требований, пренебрежительно отнесся к их соблюдению при определении содержания рекламы и места размещения рекламы, допустил размещение рекламы пива и алкогольной продукции вблизи детского предупреждения, а также без предусмотренного Законом о рекламе предупреждения.

Вина должностного лица - директора ООО «Орбита-2» С., выражена в форме неосторожности и подтверждается материалами дела №06-11/43-12, протоколом

об административном правонарушении от 21.05.2012г.

Решая вопрос о виде и размере административного наказания, руководитель Управления ФАС по Томской области учитывает характер совершенного правонарушения, форму вины нарушителя, отягчающие и смягчающие обстоятельства.

Совершенное должностным лицом — директором ООО «Орбита-2» Смокотиным В.А. правонарушение не является малозначительным, так как имело место распространение ненадлежащей рекламы пива и алкогольной продукции. Несоблюдение установленных требований к рекламе указанных товаров обладает высокой степенью общественной опасности, поскольку может нанести вред здоровью и физическому состоянию граждан, в том числе, учитывая распространение рекламы в непосредственной близости от медицинского учреждения. Несоответствие рекламы требованиям законодательства о рекламе нарушает права и законные интересы потребителей.

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.

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:**

Должностное лицо — директора общества с ограниченной ответственностью «Орбита-2» С., признать виновным 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 (четырёх 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.