

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о вынесении предупреждения по делу № 34р-17/76-04-16р

об административном правонарушении

«25» июля 2017 г.

г. Киров

Руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области <...>, рассмотрев протокол № 34р-17/76-04-16р от 19.04.2017, составленный <...>, начальником отдела финансовых рынков и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области в отношении юридического лица – ООО «Спорт - Паб» (юридический адрес: 610040, г. Киров, ул. Дзержинского, д.17, оф. 42, фактический адрес: 610047, г. Киров, ул. Дзержинского, 64, ИНН <...> законный представитель - директор ООО «Спорт - Паб» <...>.), в связи с нарушением пункта 6 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»), ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ),

УСТАНОВИЛ:

Решением Комиссии Кировского УФАС России по делу № 76/04-16р (резолютивная часть решения оглашена 12 января 2017 года; в полном объеме решение изготовлено 24 января 2017 года) признана ненадлежащей реклама алкогольной продукции следующего содержания: *«Пивной бар ШАЛМАН. Всегда свежее пиво. Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью»* с изображением пивных кружек с пенной «шапкой», размещенная у входа в бар «Живое пиво», расположенный по адресу: г. Киров, <...>, на расстоянии ближе, чем сто метров от здания детского учреждения - МКДОУ «Детский сад №79 г. Кирова», поскольку в ней нарушены требования пункта 6 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

Нарушение заключается в следующем.

В Кировское УФАС России поступило обращение родителей детей детского сада №79 «Ласточка» (вх. №6094 от 04.10.2016) о размещении ненадлежащей рекламы алкогольной продукции следующего содержания: *«Пивной бар ШАЛМАН. Всегда свежее пиво. Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью»* с изображением пивных кружек с пенной «шапкой». По мнению заявителей, указанная реклама, размещенная у входа в бар «Живое пиво», расположенный по адресу: г. Киров, <...>, содержит признаки нарушения рекламного законодательства, поскольку расположена вблизи детского учреждения.

В ходе рассмотрения дела было установлено следующее.

Согласно ст. 3 Федерального закон «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.

Информация следующего содержания *«Пивной бар ШАЛМАН. Всегда свежее пиво. Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью»* с изображением пивных кружек с пенной «шапкой», распространяемая посредством рекламного щита, размещенного у входа в бар «Живое пиво», расположенный по адресу: г. Киров, <...>, адресована неопределенному кругу лиц, так как размещена на улице у входа в бар, расположенный вблизи автомобильной дороги, магазинов, тротуара, детского сада, то есть доступна для всех без исключения категорий населения, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – бару «Шалман» и реализуемой в нем продукции, в том числе алкогольной (пиво), и ее продвижение на рынке, то есть соответствует требованиям статьи 3 Федерального закона «О рекламе» и является рекламой.

Согласно п.7 ст.2 Федерального закона от 22.11.1995 г. № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной 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, 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. [13.1](#) ст.2 Федерального закона от 22.11.1995 г. № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» пиво - алкогольная продукция с содержанием этилового спирта, образовавшегося в процессе брожения пивного сусла, которая произведена из пивоваренного солода, хмеля и (или) полученных в результате переработки хмеля продуктов (хмелепродуктов), воды с использованием пивных дрожжей, без добавления этилового спирта, ароматических и вкусовых добавок. Допускается частичная замена пивоваренного солода зерном, и (или) продуктами его переработки (зернопродуктами), и (или) сахаросодержащими продуктами при условии, что их совокупная масса не превышает 20 процентов массы заменяемого пивоваренного солода, а масса сахаросодержащих продуктов не

превышает 2 процентов массы заменяемого пивоваренного солода.

Исходя из положений вышеуказанных норм права пиво с содержанием этилового спирта более 0,5% объема готовой продукции относится к алкогольной продукции.

Согласно имеющимся в материалах дела пояснениям представителя Общества ООО «Шалман» реализует в баре, расположенном по адресу: г. Киров, <...> пиво бутылочное и разливное.

Поскольку в рекламе указан вид алкогольной продукции – пиво, имеется изображение кружек с пенным напитком, вид бара - пивной, следует признать, что объектом рекламирования в спорной рекламе является алкогольная продукция (пиво).

Согласно ч. 1 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускается.

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

В соответствии с пунктом 6 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе») реклама алкогольной продукции 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.

Сотрудниками Кировского УФАС России 29.09.2016г. зафиксирована спорная реклама алкогольной продукции, размещенная у входа в бар «Живое пиво», расположенный по адресу: г. Киров, <...>. Размещение данной рекламы также зафиксировано сотрудниками Управления Роспотребнадзора по Кировской области 16.09.2016 (письмо Управления от <....>).

Детское учреждение МКДОУ «Детский сад №79 г. Кирова» расположено по адресу: г. Киров, <....>.

Определение 100-метровой зоны от границ территорий образовательных организаций осуществляется в соответствии с кадастровым планом муниципального образования.

Согласно письму администрации муниципального образования «Город Киров» от 24.10.2016 №8245-18-02 по данным официального программного обеспечения ГИС ИнГЕО кратчайшее расстояние от ближайшей точки периметра здания МКДОУ «Детский сад №79 г. Кирова» до входа в бар «Живое пиво» с учетом существующих преград составило 66 м. 90 см. Кратчайшее расстояние от ближайшей точки периметра территории, относящейся к МКДОУ «Детский сад №79 г. Кирова», до входа в бар «Живое пиво» с учетом существующих преград составило 57 м. 80 см.

Таким образом, спорная информация является рекламой алкогольной продукции (пиво) и размещена на расстоянии ближе, чем сто метров от здания детского учреждения - МКДОУ «Детский сад №79 г. Кирова», что является нарушением

требований пункта 6 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

С учетом названных обстоятельств и положений пункта 6 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» следует признать, что рассматриваемая реклама не отвечает требованиям данного закона.

В соответствии со ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение пункта 6 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе», согласно статье 38 Закона несет рекламораспространитель.

В ходе рассмотрения дела было установлено, что спорная реклама следующего содержания: «Пивной бар ШАЛМАН. Всегда свежее пиво. Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью» с изображением пивных кружек с пенной «шапкой», размещена по инициативе ООО «Шалман». Данный факт подтверждается договором субаренды <...>, пояснениями ООО «Шалман» от 12.01.2017, актом фиксации рекламы от 29.09.2016, подтверждающим фактическое осуществление деятельности ООО «Шалман» по указанному адресу.

Исследовав указанные документы, Кировское УФАС России приходит к выводу, что рекламораспространителем спорной рекламы является ООО «Шалман», как фактический пользователь рекламного щита. В данном случае Общество обладало возможностью для размещения рекламного модуля у входа в бар «Живое пиво» и, кроме того, осуществляя деятельность по реализации алкогольной продукции (пиво) по адресу: г. Киров, <...>, было заинтересовано в привлечении внимания потребителей к своему товару, а также заинтересовано в продвижении объекта рекламирования.

В связи с изложенным Кировское УФАС России считает, что размещение спорной рекламы было осуществлено на фасаде здания, в котором ООО «Шалман» занимает помещение под бар, поэтому, исходя из понятия рекламораспространителя по смыслу Федерального закона «О рекламе», делает вывод о том, что надлежащим рекламораспространителем является ООО «Шалман», которое несет ответственность за нарушение требований, установленных п.6 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

Таким образом, действия ООО «Шалман» по распространению рекламы алкогольной продукции следующего содержания: «Пивной бар ШАЛМАН. Всегда свежее пиво. Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью» с изображением пивных кружек с пенной «шапкой», размещенная у входа в бар «Живое пиво», расположенный по адресу: г. Киров, <...>, нарушают требования п.6 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

Указанный факт нарушения законодательства РФ о рекламе в полном объеме подтверждается имеющимися материалами и решением по делу № 76/04-16р.

В соответствии со ст. 2.1 Кодекса Российской Федерации 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 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 даты выявления распространения вышеуказанной рекламы - 29.09.2016 (акт фиксации рекламы).

Место совершения административного правонарушения: адрес месторасположения рекламы *«Пивной бар ШАЛМАН. Всегда свежее пиво. Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью»* с изображением пивных кружек с пенной «шапкой», размещенной у входа в бар «Живое пиво» - г. Киров, <...>.

Время совершения административного правонарушения: дата распространения рекламы *«Пивной бар ШАЛМАН. Всегда свежее пиво. Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью»* с изображением пивных кружек с пенной «шапкой» – 29.09.2016 (акт фиксации рекламы).

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

Объективной стороной административного правонарушения являются действия по распространению рекламы алкогольной продукции *«Пивной бар ШАЛМАН. Всегда свежее пиво. Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью»* с изображением пивных кружек с пенной «шапкой» в нарушение требований законодательства РФ о рекламе, что является нарушением ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

Согласно ст. 2.10 Кодекса РФ об административных правонарушениях юридические лица подлежат административной ответственности за совершение административных правонарушений в случаях, предусмотренных [статьями раздела II](#) настоящего Кодекса или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях.

Субъектом административного правонарушения является рекламораспространитель - юридическое лицо ООО «Спорт Паб», которое осуществило распространение спорной рекламы.

При установлении субъективной стороны административного правонарушения следует учитывать разъяснения Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 02.06.2004 № 10 "О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях", а именно: при рассмотрении дел об административных правонарушениях понятие вины юридических лиц раскрывается в [части 2 статьи 2.1](#) КоАП РФ ([пункт 16.1](#)).

Следовательно, и в тех случаях, когда в соответствующих статьях Особенной части [КоАП](#) РФ возможность привлечения к административной ответственности за административное правонарушение ставится в зависимость от формы вины, в отношении юридических лиц требуется лишь установление того, что у

соответствующего лица имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых предусмотрена административная ответственность, но им не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению ([часть 2 статьи 2.1 КоАП РФ](#)).

В данном случае установлено, что у ООО «Спорт -Паб» имелась возможность для соблюдения требований Федерального закона «О рекламе», но им не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению. Объективные обстоятельства, делающие невозможным исполнение установленных законодательством требований, при рассмотрении дела не установлены.

Таким образом, Кировское УФАС России считает, что рассматриваемое правонарушение произошло по вине ООО «Спорт - Паб».

Таким образом, совершенные ООО «Спорт - Паб» действия по распространению рекламы алкогольной продукции *«Пивной бар ШАЛМАН. Всегда свежее пиво. Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью»* с изображением пивных кружек с пенной «шапкой» посредством рекламного щита у входа в бар «Живое пиво», расположенного по адресу: г. Киров, <...> на расстоянии ближе, чем сто метров от здания детского учреждения - МКДОУ «Детский сад №79 г. Кирова», в нарушение пункта 6 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», содержат состав административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

О дате, месте и времени рассмотрения протокола юридическое лицо – ООО «Спорт - Паб» извещено надлежащим образом (согласно уведомлению о вручении – 30.05.2017). На рассмотрение протокола законный представитель ООО «Спорт - Паб» не явился, представителя не направил, ходатайств не заявлял.

Протокол рассмотрен в отсутствие законного представителя ООО «Спорт – Паб».

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.

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 в части требований к рекламе алкогольной продукции, основания для освобождения ООО «Спорт - Паб» 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 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.

В соответствии со ст. 4.2 КоАП РФ в качестве смягчающих вину обстоятельств установлено добровольное устранение нарушения, совершение правонарушения впервые.

В соответствии со ст. 4.3 КоАП РФ отягчающих вину обстоятельств 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](#) настоящего Кодекса 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](#) настоящего Кодекса, за исключением случаев, предусмотренных [частью 2](#) настоящей статьи.

Согласно части 1, 2 статьи 3.4 КоАП РФ предупреждение - мера административного наказания, выраженная в официальном порицании физического или юридического лица. Предупреждение выносится в письменной форме. 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.

Поскольку согласно информации на сайте <https://rmsp.nalog.ru/> ООО «Спорт - Паб» включено в Реестр субъектов малого и среднего предпринимательства и правонарушение, ответственность за которое предусмотрена ч.1 ст.14.3 КоАП РФ, совершено Обществом впервые, с учетом отсутствия оснований, установленных частью 2 статьи 4.1.1 КоАП РФ, считаю возможным применить к Обществу меру ответственности в виде предупреждения.

Руководствуясь статьями 3, 21, 33, 38 Федерального закона «О рекламе», статьями 2.1, 2.4, 3.4, 4.1.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать юридическое лицо - ООО «Спорт - Паб» (<...>) виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2.Применить к ООО «Спорт - Паб» (<...>) меру ответственности в виде предупреждения.

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.

Руководитель управления

<..>