

ИП ...

## **ПОСТАНОВЛЕНИЕ**

### **о назначении административного наказания по делу № 3/П-Аоб административном правонарушении в виде предупреждения**

г. Брянск

Резолютивная часть постановления объявлена 13 июня 2017 года

Постановление в полном объеме изготовлено 15 июня 2017 года

Заместитель руководителя управления– начальник отдела естественных монополий и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Брянской области ....., изучив материалы дела об административном правонарушении предусмотренном ч.1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях, по факту несоблюдения требований пункта 5 части 2, части 2.1, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ "О рекламе", в отношении индивидуального предпринимателя ....., в присутствии лица уведомленного надлежащим образом,

**УСТАНОВИЛ:**

В адрес Брянского УФАС России (вх. №4073 от 01.06.2017г.) поступили материалы административного дела. В ходе рассмотрения установлено следующее. Прокуратурой г.Дятьково проведена проверка исполнения законодательства, обеспечивающего защиту детей от информации, наносящей ущерб их здоровью, нравственному и духовному развитию, в том числе в части соблюдения требований Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» на территории Дятьковского муниципального района с участием специалистов УФАС РФ по Брянской области и выявлены следующие нарушения закона в деятельности индивидуального предпринимателя .....

Согласно пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе" (далее, Закона «О рекламе») предусмотрено, 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 и т.п.

Частью 2.1 ст.21 Закона «О рекламе» установлено: реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции разрешается только в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов.

Частью 3 ст.21 Закона «О рекламе» предусмотрено, что 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 силу пункта 1 статьи 3 Закона «О рекламе» под рекламой понимается 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.

Недобросовестной признается реклама, которая представляет собой рекламу товара, реклама которого, в частности, запрещена данным способом, в данное время или в данном месте (пункт 3 части 2 статьи 5 Закона «О рекламе»).

В соответствии с частью 1 статьи 5 Закона «О рекламе» недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В нарушение указанных требований закона п.5 ч.2, ч.2.1, ч.3 ст.21 Закона «О рекламе» на фасаде здания торгового помещения «Живое Пиво» расположенного по адресу: г.Дятьково, ул.Ленина, д.180, размещены рекламные конструкции на которых имеется:

1. Изображение кружки и пивной пены сверху, бутонов растений хмель и надписями: «100% натуральное вкусное, свежее, сварено на совесть»,

## 2. Надпись «Свежее разливное ароматное».

На каждой конструкции отсутствует надпись о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции.

Указанные обстоятельства отражены в акте смотра и фиксации рекламы от 12.05.2017, фотоматериалах.

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).

Информация "Живое Пиво" обращает внимание и поддерживает интерес к торговому объекту "Живое Пиво" и реализуемому в нем товару, в том числе, алкогольной продукции - пиву, так как изображение кружек с характерной пивной пеной сверху, с учетом традиционной его подачи, может ассоциироваться у потребителей в том числе с напитком пивом, а не любым газированным напитком. Эффект отождествления усиливается и самим названием торгового объекта "Живое пиво", рядом с которым и изображена пивная кружка с характерной пеной, бутоны цветка хмеля и надписи: «Свежее разливное ароматное», «Сварено на совесть» «100% натуральное, вкусное, свежее», которые у большинства потребителей может вызвать прямую ассоциацию с пивом.

Более того, наличие в рекламе надписи «Свежее разливное ароматное» «Сварено на совесть» «100% натуральное, вкусное, свежее» напрямую указывает на то, что предлагаемым напитком является пиво, т.к. вызывает ассоциацию именно с алкогольным напитком пивом.

Грамматическими нормами современного русского языка определено, что прилагательные имеют непостоянные признаки рода (в единственном числе), в которых они согласуются с существительными. В современном русском языке разделение существительных по родам предусматривает женский, мужской и средний род. Перечисленные в рекламе прилагательные «Свежее разливное ароматное» «Сварено на совесть» «100% натуральное, вкусное, свежее» подразумевают наличие существительного среднего рода.

Пиво - существительное среднего рода, в то время как слова напиток, квас, чай, кофе, сок - мужского рода, что также создает ассоциацию, что в указанном месте реализуется именно пиво, а не иная продукция.

Таким образом, информация, размещенная на рекламных конструкциях на фасаде торгового помещения «Живое пиво» по адресу: г. Дятьково, ул. Ленина, 180 содержит сведения рекламного характера, в том числе,

алкогольной продукции (пива), поскольку направлены на привлечение внимания к объекту рекламирования, формируют и поддерживают интерес неопределенного круга потребителей к указанному товару, в том числе пиву, которое реализуется в данном торговом объекте 100% натуральным, вкусным, свежим, разливным, ароматным, сваренным на совесть.

Размещенная на конструкциях информация обладает оценочным, ассоциативным эффектом, способным воздействовать на сознание потребителя и подтолкнуть его к приобретению алкогольного напитка в указанном месте.

Указанные надписи стационарно размещены снаружи на стенах занимаемого баром помещения.

Следовательно, спорная реклама является ненадлежащей.

Из норм части 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» следует, что ответственность за нарушение требований п.5ч.2, ч.2.1, ч.3 ст.21ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель, в соответствии со статьей 38 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ "О рекламе".

Согласно статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Виновным лицом за распространение ненадлежащей рекламы является рекламодатель данной рекламы ИП ....., которая осуществляет деятельность в помещении «Живое пиво» по адресу: г. Дятьково, ул. Ленина, 180.

Таким образом, в действиях ИП .....имеется состав административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ: нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 6 настоящей статьи, частью 4 статьи 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса.

Таким образом, нарушив п. 5 ч.2, 2.1, 3 ст.21 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» ИП..... совершила административное правонарушение, за которое ч.1 ст.14.3 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных [частями 2 - 6](#) настоящей статьи, [частью 4 статьи 14.3.1](#), [статьями 14.37, 14.38, 19.31](#) КоАП РФ,- 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.

Объектом рассматриваемого правонарушения является установленный порядок управления, в частности, в сфере государственного контроля и надзора.

Объективная сторона состоит в нарушении установленных рекламным законодательством норм и заключается в том, что лицо нарушило требования п. 5 ч.2, ч. 2.1, ч. 3 ст.21 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».

Субъект правонарушения – ИП .....

Субъективная сторона выражается в форме вины, так как ИП ..... должна была знать и соблюдать рекламное законодательство, однако, в ходе осуществления своей деятельности допустил нарушение требований действующего рекламного законодательства. У лица имелась возможность для соблюдения рекламного законодательства, однако им не были приняты все зависящие от него меры по его соблюдению.

Место совершения административного правонарушения – г. Дятьково, Брянская область.

Время совершения административного правонарушения – 12.05.2017.

На основании ст. 28.2 КоАП РФ постановление о возбуждении дела было составлено в присутствии ИП.....

В соответствии с ч. 1 ст. 3.1 КоАП РФ, административное наказание является установленной государственной мерой ответственности за совершение административного правонарушения и применяется в целях предупреждения совершения новых правонарушений, как самим правонарушителем, так и другими лицами.

В силу ч. ч. 1, 3 ст. 4.1 КоАП РФ административное наказание за совершение административного правонарушения назначается в пределах, установленных законом, предусматривающим ответственность за данное административное правонарушение, в соответствии с настоящим Кодексом.

Статьей 24.1 КоАП РФ предусмотрено, что задачами производства по делам об административных правонарушениях являются всестороннее, полное, объективное и своевременное выяснение обстоятельств каждого дела, разрешение его в соответствии с законом, обеспечение исполнения вынесенного постановления, а также выявление причин и условий, способствовавших совершению административных правонарушений.

В силу ч. 1, 2 ст. 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.

Согласно п. 4 ст. 26.1 КоАП РФ по делу об административном правонарушении подлежат выяснению обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

В соответствии с ч. 1 ст. 4.1.1. КоАП РФ ИП ..... являющуюся субъектом малого и среднего предпринимательства лицу, 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, административного правонарушения, обстоятельства, смягчающие административную ответственность,

руководствуясь ст. 3.2, 3.4, 4.1.1, 4.2, 4.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

### **ПОСТАНОВИЛ:**

Признать ИП .....виновной в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, и назначить наказание в виде **предупреждения**.

В соответствии частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении, вынесенное должностным лицом в отношении юридического лица, может быть обжаловано в арбитражный суд в соответствии с арбитражным процессуальным законодательством 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 управления-

начальник отдела

естественных монополий и рекламы

.....

