

ООО «Бригантина»

243140, г. Клинцы,

ул. Калинина, д.153

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания в виде предупреждения

по делу № 032/04/14.3-/2019 об административном правонарушении

г. Брянск

Резолютивная часть постановления объявлена 12 марта 2019 года

Постановление в полном объеме изготовлено 12 марта 2019 года

Заместитель руководителя управления-начальник отдела естественных монополий и рекламы Н.А. Новикова, рассмотрев материалы дела о нарушении законодательства о рекламе №032/05/21-81/2019 и протокол об административном правонарушении от 12.03.2019, составленный в отношении ООО «Бригантина», в присутствии лица уведомленного надлежащим образом

УСТАНОВИЛ:

В Брянское УФАС России 18.02.2019г. поступили материалы проверки Клинцовской городской администрации по выявлению незаконного размещения рекламы на фасаде здания по адресу: г. Клинцы, ул. Октябрьская, д.26 следующего содержания: «Разливное живое пиво Самара, Дон, Степаных, Новозыбковское, BRANDEN BIER Низкие цены».

Указанная информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке и, в силу статьи 3 ФЗ «О рекламе» является рекламой.

Ненадлежащей рекламой, согласно пункту 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» признается реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации. Реклама должна быть добросовестной и достоверной.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе, объектом рекламирования является 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.

Согласно пункту 3 статьи 3 Закона о рекламе, под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Исходя из содержания рассматриваемой информации, объектом рекламирования является товар — алкогольная продукция - пиво, реализуемая в данном месте, с наименованием марки пива.

В соответствии с пунктом 2 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» 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 наименование товара, изображение пивных кружек, товарного знака, наименование производителя или названия).

Таким образом, для признания спорной информации рекламой такая информация должна отвечать определенным признакам, а именно: быть распространенной; адресованной неопределенному кругу лиц; направленной на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему; направленной на продвижение объекта рекламирования на рынке.

На основании изложенного, в тексте имеется прямое указание на определенный товар, способ распространения рассматриваемая информация имеет свой объект рекламирования, а равно является рекламой.

На основании пункта 5 части 2 статьи 21 ФЗ «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.

В соответствии с частью 2.1 статьи 21 Закона о рекламе, 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.

При этом в соответствии с пунктом 4 статьи 2 Закона о рекламе, специальные требования и ограничения, установленные Законом о рекламе 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 Законом о рекламе установлены специальные требования и

ограничения.

В торговом объекте ООО «Бригантина» продается пивная продукция – пиво, таким образом указание в рекламе «Разливное живое пиво Самара, Дон, Степаныч, Новозыбковское, BRANDEN BIER Низкие цены», является рекламой именно алкогольной продукции – пиво.

На основании изложенного, указанная реклама содержит нарушение пункта 5 части 2, ч. 2.1 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

ООО «Бригантина» 25.02.2019 вх.№ было дано объяснение, в котором Общество нарушение не признает и отмечает, что представленные марки пива являются безалкогольными.

Комиссия Брянского УФАС России считает данное утверждение несостоятельным, на основании того, что в спорной рекламе имеются указания на торговые марки пива, которые выпускают как алкогольное, так и безалкогольное пиво.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона «О рекламе» объектом рекламирования в том числе является изготовитель или продавец товара, на привлечение внимания к которым направлена реклама. В данном случае, объектом рекламирования выступает алкогольная продукция известных производителей.

Системный анализ гражданского законодательства Российской Федерации свидетельствует о том, что объектом рекламирования может быть 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.

Однако указание сведений, формирующих интерес к пиву, как напитку, в рекламе, объектом рекламирования которой выступает продавец товаров, позволяет сделать однозначный вывод о том, что объектом рекламирования выступает деятельность такого лица по продаже алкогольной продукции, представляющей собой пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива.

К алкогольной продукции относится пиво с содержанием этилового спирта более 0,5 процента объема готовой продукции. В случае если в пиве содержится этилового спирта не более 0,5 процента объема готовой продукции (так называемое безалкогольное пиво), то такое пиво не подпадает под понятие алкогольной продукции. Соответственно, на рекламу такого пива не распространяются требования статьи 21 Федерального закона «О рекламе». На совместном заседании Экспертного совета по применению законодательства о рекламе и Экспертного совета по недобросовестной конкуренции, состоявшемся 19.11.2015, представителями Союза российских пивоваров (некоммерческая организация, объединяющая производителей пивоваренной продукции Российской Федерации) был представлен знак безалкогольной продукции (пиктограмма), размещение которого в рекламе безалкогольного пива должно служить указанием на то, что рекламируемый напиток не содержит алкоголя, то есть не является алкогольной продукцией, а также способствует формированию у потребителей ассоциации такой пиктограммы с безалкогольной

продукцией.

В рекламе, размещенной на фасаде здания по адресу: г. Клинцы, ул. Октябрьская, д.26, следующего содержания: «Разливное живое пиво Самара, Дон, Степаныч, Новозыбковское, BRANDEN BIER Низкие цены» отсутствует указанная пиктограмма и иные особенности размещения безалкогольной продукции.

Таким образом, Комиссия антимонопольного органа пришла к выводу, что не смотря на отсутствие в тексте рекламы указания на определенный товар, способ распространения, в том числе при размещении на фасаде, рассматриваемая информация имеет свой объект рекламирования, а равно является рекламой 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 и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» (далее — Закон о государственном регулировании производства и оборота этилового спирта), под алкогольной продукцией понимается 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.

На основании вышеизложенного, как реклама указанных товаров, так и реклама их продавца может распространяться исключительно в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов. Однако как установлено, спорная реклама распространялась за пределами разрешенных Законом о рекламе мест.

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей. Решением Управления Федеральной антимонопольной службы по Брянской области от 12.03.2019 по делу № 032/05/21-162/2019 в рекламе ООО «Бригантина» признано наличие нарушения Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе».

Согласно статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержания рекламы лицо. Рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламораспространитель и рекламодатель данной рекламы является лицо, осуществляющее торговую деятельность торгового объекта по адресу: г. Клинцы, ул. Октябрьская, д. 26 ООО «Бригантина» (ИНН 320300190402, 243140, г. Клинцы, ул. Калинина, д. 153, пом. 6).

В соответствии со статьей 38 указанного закона ответственность за нарушение ст. 21 Закона «О рекламе» несет рекламодатель - ООО «Бригантина».

Таким образом, ООО «Бригантина» нарушив требования Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе», совершила административное правонарушение, за которое части 1 статьи 14.3 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность.

В соответствии с 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 Кодекса об административных правонарушениях - 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 ООО «Бригантина» нарушило часть 2.1 статьи 21 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».

Субъектом административного правонарушения является ООО «Бригантина» (ИНН 320300190402, 243140, г. Клинцы, ул. Калинина, д. 153, пом. 6).

Место совершения правонарушения: г. Клинцы, ул. Октябрьская, д.26.

На основании ст.28.2 КоАП РФ протокол был составлен в присутствии представителя по доверенности

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 ООО «Бригантина» являющейся 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 ООО «Бригантина» (ИНН 320300190402, 243140, г. Клинцы, ул. Калинина, д. 153, пом. б) 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

