

ООО «Арена-Парк»

(ТЦ «Арена»)

пр. Павловский тракт, д. 188,

г.Барнаул, 656922

дело №022/04/14.3 – 784/2019

ПОСТАНОВЛЕНИЕ №95

о назначении административного наказания

по делу № 022/04/14.3–784/2019 об административном правонарушении

10 октября 2019г. г. Барнаул

Я, заместитель руководителя управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю К<...>, рассмотрев протокол и материалы дела №022/04/14.3–784/2019 об административном правонарушении, возбужденного в отношении ООО «Арена-Парк», ОГРН 1152223002975, ИНН/КПП:2222833342/ 222201001, адрес местонахождения юридического лица: 656922, Алтайский край, г.Барнаул, Павловский тракт, д.188, в отсутствие законного представителя юридического лица, директора ООО «Арена-Парк» Т<...>, в присутствии представителя по доверенности Г<...> (доверенность № 5 от 12.08.2019г.),

УСТАНОВИЛ:

согласно протоколу об административном правонарушении №60 от 27.09.2019г. в действиях ООО «Арена-Парк» допущено нарушение п.6, п.7 ч.2, ч.3 ст. 21 и ч. 10.2 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе») и содержится состав административного правонарушения, предусмотренный ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Данное обстоятельство выразилось в следующем.

17 мая 2019 года в управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю поступило обращение гражданина РФ (вхд.№196398), о распространении на видеомониторе, размещенном в зале «Арена - Парк (Боулинг)» по адресу: г.Барнаул, Павловский тракт, д. 188 (ТЦ «Арена»), рекламы алкогольной продукции (пива) следующего содержания: «Акция при заказе 2 бокалов пива хайнекен закуска в подарок* ...» с изображением двух бокалов, наполненных пенным напитком, на которых указан логотип «Heineken».

10.07.2019г. заявителем в антимонопольный орган представлены фотографии рассматриваемой рекламной информации, сделанные 13.04.2019г. в 14 часов 49 минут на камеру мобильного телефона (вхд. №199237 от 10.07.2019г., вхд. №199304 от 11.07.2019), из которых следует, что в рекламе алкогольной продукции (пива «Heineken»), отсутствует какая – либо доступная для восприятия информация о том, что объектом рекламирования выступает именно безалкогольное пиво.

На основании статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» реклама – это 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.

Обозначенная рекламная информация полностью соответствует законодательному определению понятия «реклама», является публичной, направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к алкогольной продукции (пиву «Heineken»), проводимой акции, способствует поддержанию интереса к указанным объектам рекламирования и продвижению их на рынке.

В силу статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 N 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.

Согласно информации, размещенной на официальном сайте <https://heinekenrussia.ru/>, «Heineken»- является международным брендом пива класса «Премиум».

В рассматриваемой рекламе содержится информация: «Акция при заказе 2 бокалов пива хайнекен закуска в подарок* ...» с изображением двух бокалов, наполненных пенным напитком, на которых указан логотип «Heineken» в черном цвете, что указывает на реализацию в зале «Арена - Парк (Боулинг)» алкогольной продукции (пива торговой марки «Heineken»).

Статьей 21 Федерального закона «О рекламе» установлены требования к рекламе алкогольной продукции.

Согласно п. 6 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «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.

Согласно п. 7 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться в физкультурно-оздоровительных, спортивных сооружениях и на расстоянии ближе чем сто метров от таких сооружений.

В соответствии с ч. 10.2 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается распространение рекламы, содержащей информацию, запрещенную для распространения среди детей в соответствии с Федеральным законом от 29

декабря 2010 года N 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию", в предназначенных для детей образовательных организациях, детских медицинских, санаторно-курортных, физкультурно-спортивных организациях, организациях культуры, организациях отдыха и оздоровления детей или на расстоянии менее чем сто метров от границ территорий указанных организаций.

Согласно ст. 14 Федерального закона от 24.07.1998 N 124-ФЗ «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации» органы государственной власти Российской Федерации принимают меры по защите ребенка от информации, пропаганды и агитации, наносящих вред его здоровью, нравственному и духовному развитию, в том числе от национальной, классовой, социальной нетерпимости, от рекламы алкогольной продукции и табачных изделий.

Антимонопольным органом установлено, что ТЦ «Арена» является многофункциональным торговым центром, в котором располагаются, в том числе, детские организации. В частности, согласно информации, размещенной на официальном сайте <http://trcarena.ru/products/object/1/product/150>, в центре развлечений «Арена – Парк» представлены: боулинг, бильярд, огромная игровая зона для детей, кафе, развлекательные аппараты, анимация и многое другое.

Кроме того, согласно официальному сайту <http://www.arena-park22.ru/bouling.html>, каждая дорожка боулинг-клуба развлекательного центра ««Арена - Парк» снабжена автоматическими детскими бортиками, что однозначно предназначено и предполагает посещение боулинг-клуба несовершеннолетними лицами (детьми).

Согласно фотографии, представленной заявителем, рассматриваемый подвесной видеомонитор с транслируемой рекламой алкогольной продукции (пива) размещается в игровой зоне (дорожках) зала «Арена - Парк (Боулинг)», следовательно данная реклама доступна для обозрения посетителей, в том числе и несовершеннолетних лиц (детей).

Из информации, представленной Министерством спорта Алтайского края (вхд. №197482 от 07.06.2019г.), следует, что согласно Всероссийскому реестру видов спорта боулинг является видом спорта (номер-код 0630002511Я), относящимся ко второму разделу (виды спорта, развитие которых осуществляется на общероссийском уровне). В соответствии с п.19 ст. 2 Федерального закона от 04.12.2007 №329-ФЗ «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» спортивными мероприятиями являются спортивные соревнования, а также тренировочные мероприятия, включающие в себя теоретическую и организационные части, и другие мероприятия по подготовке к спортивным соревнованиям с участием спортсменов. Учитывая изложенное, отдельно проводимые на территории частных боулинг-центров мероприятия могут считаться спортивными.

Таким образом, частные боулинг-центры являются спортивными сооружением, на которых проводятся спортивные мероприятия.

ООО «Арена-Парк», видеозапись рассматриваемой рекламы, транслируемой в зале «Арена - Парк (Боулинг)» 13.04.2019г., в антимонопольный орган не представило.

Из представленного ООО «Арена-Парк» рекламного макета, следует, что в нижней части рассматриваемой рекламы содержится неразборчивая надпись, очертания которой напоминают пометку о том, что в акции участвует только безалкогольное пиво, а также знак (пиктограмму) «Безалкогольная продукция. 0% Алк.».

Согласно Письму ФАС России от 19.09.2018г. №АК/75067/18 если распространяется реклама безалкогольного пива с использованием средств индивидуализации продукции (товарных знаков), используемых для обозначения, в том числе пива с содержанием этилового спирта более 0,5 процента объема готовой продукции или иной алкогольной продукции, и из рекламы четко не следует, что объектом рекламирования является именно безалкогольное пиво, то такая реклама должна соответствовать требованиям статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

При оценке рекламы безалкогольного пива следует исходить из доступности восприятия в рекламе указания на то, что объектом рекламирования является именно безалкогольное пиво.

Согласно п. 28 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

Поэтому если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей

При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

На основании изложенного, указание на безалкогольный характер рекламируемого напитка (безалкогольного пива) должно быть доведено до потребителя рекламы четким и разборчивым текстом.

Таким образом, в случае допущения формального размещения в нижней части рассматриваемой рекламы пометки о том, что объектом рекламирования выступает только безалкогольное пиво, Комиссия считает данную информацию в рекламе фактически отсутствующей, в связи с тем, что она не доведена до потребителей надлежащим образом, а именно доступным для прочтения и восприятия образом, в силу исполнения мелким, неразборчивым шрифтом.

При этом, согласно информации, размещенной на официальном сайте: <https://heinekenrussia.ru/>, отличительными признаками безалкогольной продукции пива марки «Heineken» является изображение логотипа, выполненного белыми буквами на синем цвете, с указанием градусов 0.0 %.

Согласно материалам дела в рассматриваемой рекламе алкогольной продукции

(пива «Heineken»), отсутствует какая – либо доступная для восприятия информация о том, что объектом рекламирования выступает именно безалкогольное пиво.

В ходе рассмотрения дела антимонопольным органом установлено, что рассматриваемая реклама алкогольной продукции (пива) транслировалась в зале «Арена - Парк (Боулинг)», в том числе в дневное время в выходной день, а не как утверждает представитель ООО «Арена-Парк», ссылаясь на распоряжение, о трансляции рекламной информации в ночное время и в будние дни (с понедельника по четверг с 22:00 до 02:00ч.), что свидетельствует о доступности рекламы для обозрения неопределенного круга посетителей, в том числе и несовершеннолетних лиц (детей).

Учитывая изложенное, рассматриваемая реклама нарушает п.6, п.7 ч.2 ст. 21 и ч. 10.2 ст.5 Федерального закона «О рекламе».

Кроме того, согласно ч. 3 ст.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).

Данное требование применяется к любым способам распространения рекламы любой алкогольной продукции.

Рассматриваемая реклама алкогольной продукции (пива) распространяется без предупредительной надписи о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции, что указывает на нарушение требований установленных ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

Согласно п.4 ст.3 Федерального закона «О рекламе», ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В силу ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований ч.3 ст.21 Федерального закона «О рекламе» несет как рекламодатель, так и рекламодатель, ответственность за нарушение требований п.6, п.7 ч.2 ст. 21 и ч. 10.2 ст.5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель.

Антимонопольным органом установлено, что рекламодателем и рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Арена - Парк» (ОГРН 1152223002975).

15 июля 2019 года Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства российской Федерации о рекламе признала ненадлежащей рекламу алкогольной продукции (пива) следующего содержания: «Акция при заказе 2 бокалов пива хайнекен закуска в подарок*...» с изображением двух бокалов, наполненных пенным напитком, на которых указан логотип «Heineken», распространяемую ООО «Арена-Парк» на видеомониторе, размещенном в зале «Арена - Парк (Боулинг)» по адресу: г.Барнаул, Павловский тракт, д. 188 (ТЦ «Арена»), ненадлежащей, так как при ее размещении и распространении

нарушено требование п.6, п.7 ч.2, ч.3 ст. 21 и ч. 10.2 ст.5 Федерального закона «О рекламе». ООО «Арена-Парк» признано нарушившим требования п.6, п.7 ч.2, ч.3 ст. 21 и ч. 10.2 ст.5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно ч.4 ст. 38 Федерального закона «О рекламе», нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Согласно 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.

В соответствии с частью 2 статьи 2.1 КоАП РФ юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых настоящим Кодексом или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

ООО «Арена-Парк» объективно имело возможность по недопущению нарушения требований Федерального закона «О рекламе», но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению, что привело к нарушению п.6, п.7 ч.2, ч.3 ст. 21 и ч. 10.2 ст.5 Федерального закона «О рекламе» и образует состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях - нарушение рекламоделателем, 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 Российской Федерации 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.

Субъективная сторона правонарушения, предусмотренного ч.1 ст.14.3 КоАП РФ, характеризуется умышленной формой вины или совершенной по неосторожности.

У ООО «Арена-Парк» имелась возможность для соблюдения правил и норм, установленных законодательством Российской Федерации о рекламе, но не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению, следовательно в действиях ООО «Арена-Парк» имеется вина в совершении правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Антимонопольным органом не установлено обстоятельств, находящихся вне

контроля ООО «Арена-Парк» и препятствующих исполнению обязанностей по соблюдению законодательства о рекламе.

Объективная сторона правонарушения, предусмотренного ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, составляет действия лица, выражающиеся в нарушении законодательства о рекламе.

Непринятие ООО «Арена-Парк» должных мер по соблюдению требований п.6, п.7 ч.2, ч.3 ст. 21 и ч. 10.2 ст.5 Федерального закона «О рекламе», привело к нарушению законодательства РФ о рекламе, что образует оконченный состав административного правонарушения и влечет ответственность в соответствии с ч.1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

27.09.2019г. протокол об административном правонарушении был составлен в отсутствие законного представителя юридического лица, директора ООО «Арена-Парк» Т<...>., в присутствии представителя по доверенности Г<...> (доверенность № 5 от 12.08.2019г.), копия протокола была вручена лично законному представителю.

Из письменных объяснений, представленных представителем ООО «Арена-Парк» по доверенности Г<...> в адрес Алтайского краевого УФАС России при составлении протокола, следует, что представитель Общества нарушение требований Федерального закона «О рекламе» отрицал. Просил, по результатам рассмотрения дела, не привлекать ООО «Арена-Парк» к административной ответственности по ч.1 ст.14.3 КоАП РФ. В случае привлечения Общества к административной ответственности ходатайствовал о замене административного наказания в виде штрафа на предупреждение.

Установлены смягчающие обстоятельства, предусмотренные ст. 4.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, а именно: добровольное исполнение до вынесения постановления по делу об административном правонарушении лицом, совершившим административное правонарушение, предписания об устранении допущенного нарушения, выданного ему органом, осуществляющим государственный контроль (надзор) и муниципальный контроль.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, в соответствии со ст. 4.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, не установлено.

Федеральным законом от 03.07.2016 N 316-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» статья 4.1. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях дополнена статьей 4.1.1, устанавливающей, что 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 ст. 4 Федерального закона «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» к субъектам малого и среднего предпринимательства относятся внесенные в единый государственный реестр юридических лиц потребительские кооперативы и коммерческие организации (за исключением государственных и муниципальных унитарных предприятий), а также физические лица, внесенные в единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица (далее - индивидуальные предприниматели), крестьянские (фермерские) хозяйства, соответствующие следующим условиям:

- средняя численность работников за предшествующий календарный год не должна превышать следующие предельные значения средней численности работников для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства:

а) от ста одного до двухсот пятидесяти человек включительно для средних предприятий;

б) до ста человек включительно для малых предприятий; среди малых предприятий выделяются микропредприятия - до пятнадцати человек;

- выручка от реализации товаров (работ, услуг) без учета налога на добавленную стоимость или балансовая стоимость активов (остаточная стоимость основных средств и нематериальных активов) за предшествующий календарный год не должна превышать предельные значения, установленные Правительством Российской Федерации для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства.

Постановлением Правительства РФ от 13.07.2015 N 702 «О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства» установлены предельные значения выручки от реализации товаров (работ, услуг) за предшествующий календарный год без учета налога на добавленную стоимость для следующих категорий субъектов малого и среднего предпринимательства:

микропредприятия - 120 млн. рублей;

малые предприятия - 800 млн. рублей;

средние предприятия - 2 млрд. рублей.

Согласно выписке из Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства, по состоянию на 10.10.2019г., ООО «Арена-Парк» относится к категории – микропредприятие.

Таким образом, ООО «Арена-Парк» соответствует указанным условиям отнесения к категории субъектов малого и среднего предпринимательства – малое предпринимательство.

Согласно части 2 статьи 3.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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.

ООО «Арена-Парк» впервые совершило нарушение рекламного законодательства, материалы, свидетельствующие о причинении имущественного ущерба либо вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, отсутствуют.

С учетом того, что ООО «Арена-Парк» является субъектом малого бизнеса, а также при наличии обстоятельств, установленных частью 2 статьи 3.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административное наказание в виде административного штрафа, предусмотренное частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, подлежит замене на предупреждение.

Применение предупреждения влечет для нарушителя соответствующие правовые последствия. Лицо, которому назначено предупреждение, считается подвергнутым данному наказанию в течение одного года со дня окончания исполнения постановления о назначении предупреждения. Если в течение года такое лицо совершит новое административное правонарушение, то к нему может быть применено более строгое административное наказание.

Руководствуясь статьями 4.1.1., 4.1, 14.3, 23.48, 28.3, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

признать ООО «Арена-Парк» (ОГРН 1152223002975, ИНН/КПП:222833342/ 222201001) виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч.1 ст. 14.3 КоАП РФ, и назначить ему наказание в виде предупреждения.

В соответствии с ч. 3 ст. 30.1 и ч.1 ст. 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в суд по месту рассмотрения дела в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно ч. 1 ст. 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.

Дата вынесения постановления 10 октября 2019г.

Заместитель руководителя управления

Советник ГГС РФ 1 класса К<...>