

ул.Карла Маркса, д.212, следующего содержания: «24 часа. Вино-водочные изделия, ниже изображены наполненный бокал и 4 винных бутылки» (далее – рассматриваемая реклама) с нарушением требований п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

По факту нарушения рекламного законодательства 09.07.2010 возбуждено дело № Р 13-07/10 (далее - рекламное дело).

В соответствии с положениями п. 1 ст. 3 Закона о рекламе рекламой признается 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.

Вышеуказанная информация содержит все правовые признаки рекламы:

- распространена в виде плаката, размещенного в оконном проеме фасада здания, расположенного по адресу: Республика Коми, город Сыктывкар, улица Карла Маркса, дом 212;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования: алкогольной продукции и ее продвижение на рынке.

Таким образом, вышеуказанная информация является рекламой.

В силу пункта 7 статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 N 171-ФЗ "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции" алкогольная продукция - пищевая продукция, которая произведена с использованием этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции, с содержанием этилового спирта более 1,5 процента объема готовой продукции. Алкогольная продукция подразделяется на такие виды, как питьевой этиловый спирт, спиртные напитки (в том числе водка), вино (в том числе натуральное вино).

Частью 4 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» закреплено, что 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.

Как разъяснил Пленум Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации в пункте 16 информационного письма от 25.12.1998 N 37, информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Информация на наружной рекламе, распространенной в виде плаката, размещенного в оконном проеме фасада здания, в котором расположен принадлежащий ООО «МАЛД» магазин, содержит изображения предметов, явно ассоциирующихся с алкогольной продукцией, а именно наполненный бокал и 4 винные бутылки. Кроме того, на плакате имеется надпись «Винно-водочные изделия». Данная информация адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания и поддержание интереса к алкогольной продукции. Следовательно, такая информация является рекламой алкогольной продукции.

Согласно пунктам 1 и 2 статьи 19 Закона о рекламе распространение **наружной рекламы** с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения (далее - рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта осуществляется **владельцем рекламной конструкции, являющимся рекламораспространителем**, с соблюдением требований настоящей статьи. Рекламная конструкция должна использоваться исключительно в целях распространения рекламы. **Владелец рекламной конструкции** (физическое или юридическое лицо) - собственник рекламной конструкции либо иное **лицо, обладающее вещным правом на рекламную конструкцию или правом владения и пользования рекламной конструкцией на основании договора с ее собственником.**

В силу положений Государственного стандарта Российской Федерации «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения. ГОСТ 52044-2003», утвержденного Постановлением Госстандарта РФ от 22.04.2003 под наружной рекламой понимается реклама, распространяемая в виде **плакатов, стендов, щитовых установок, панно, световых табло** и иных технических средств. **Средства наружной рекламы:** технические средства

стабильного территориального размещения рекламы.

Рассматриваемая реклама алкогольной продукции размещена на конструктивных элементах здания - в оконном проеме фасада здания.

Реклама алкогольной продукции, распространенная в оконном проеме фасада здания в виде плакатов, является наружной рекламой, следовательно, на указанную рекламу распространяются требования п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе.

В силу п. 5 ч. 2 ст. 21 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 или вне их.

Таким образом, рассматриваемая реклама алкогольной продукции размещена с нарушением требований п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона «О рекламе» ненадлежащей рекламой является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Согласно ч. 7 ст. 38 Закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных п. 5 ч. 2 ст. 21 настоящего Федерального закона, несет рекламодатель.

Пунктом п. 7 ст. 3 Закона «О рекламе» установлено, что рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В силу ч. 1 ст. 19 Закона «О рекламе» **рекламодателем** наружной рекламы с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения, монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта является **владелец рекламной конструкции**.

В соответствии со Свидетельством о государственной регистрации права 11АА № 462827 от 10.07.2007 нежилое помещение / подвал, 1 этаж – нежилые помещения (1 этаж - №№ 1,2,3,4,5; подвал - №№ 16,17,18,19,20,21,22,23) магазина № 45 площадью 311,3 кв.м. по адресу: Республика Коми, г.Сыктывкар, ул.Карла Маркса, д.212, принадлежит на праве собственности ООО «МАЛД».

Таким образом, из представленных в Коми УФАС России ООО «МАЛД» письменных пояснений и документов следует, что ООО «МАЛД», юридический адрес: 167000, Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Куратова, д.76; почтовый адрес: 167000, Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Пушкина, д.51; является рекламодателем рассматриваемой рекламы.

Согласно копии Выписки из Единого государственного реестра юридических лиц ООО «МАЛД» осуществляет розничную продажу алкогольной продукции в том числе и по адресу: г.Сыктывкар, ул.Карла Маркса, д.212.

В соответствии с лицензией 11 МЕ 002628 Службы Республики Коми по лицензированию ООО «МАЛД» разрешено осуществление розничной продажи алкогольной продукции, в том числе в магазине № 45 по адресу: Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Карла Маркса, д. 212.

Таким образом, ООО «МАЛД» использует помещение магазина, расположенного по адресу: Сыктывкар, ул. Карла Маркса, д.212, для розничной торговли алкогольной продукцией.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение требований п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона «О рекламе» произошло по вине ООО «МАЛД».

Факт принадлежности ему спорного плаката ООО «МАЛД» не отрицает. Из материалов рекламного дела, письменных пояснений, представленных в Коми УФАС России, следует, что вопросами изготовления и размещения рекламы занималась <...>, заместитель директора ООО «МАЛД». В октябре 2008 года <...> уволилась. Никаких документов (договоров, актов), связанных с изготовлением и размещением рассматриваемой рекламы, на настоящее время не сохранилось.

Согласно письменным пояснениям ООО «МАЛД» (вх. № 3309 от 14.07.2010), имеющимся в материалах дела, и пояснениям, данным представителем в ходе рассмотрения рекламного дела, оконный проем на фасаде здания магазина № 45, расположенного по адресу: г.Сыктывкар, ул.Карла Маркса, д.212, с момента возникновения права собственности на помещение магазина № 45 в аренду иным лицам не предоставлялся.

Согласно пояснениям, данным представителем ООО «МАЛД» в ходе рассмотрения рекламного дела, ООО «МАЛД» признает факт распространения рассматриваемой рекламы с нарушением требований п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона «О рекламе».

Согласно письменным пояснениям, имеющимся в материалах рекламного дела, распространение рассматриваемой рекламы осуществлялось с октября 2007 года. Таким образом, у ООО «МАЛД» имелось время, практически три года, для принятия мер по контролю за

соответствием распространяемой рекламы рекламному законодательству.

ООО «МАЛД» должным образом не проконтролировало распространяемую рекламу на предмет соответствия требованиям рекламного законодательства и допустило нарушение п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе.

Решением Комиссии от 22.07.2010 № 03-01/3214 по рекламному делу № 13-07/10 реклама «24 часа. Вино-водочные изделия, ниже изображены наполненный бокал и 4 винных бутылки» признана ненадлежащей, так как в ней нарушены требования п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона «О рекламе».

ООО «МАЛД» в ходе рассмотрения административного дела признало вину в нарушении рекламного законодательства.

Часть 1 статьи 1.7. КоАП РФ устанавливает, что лицо, совершившее административное правонарушение, подлежит ответственности на основании закона, действовавшего во время совершения административного правонарушения.

В силу положений части 2 статьи 1.7. КоАП РФ закон, смягчающий или отменяющий административную ответственность за административное правонарушение либо иным образом улучшающий положение лица, совершившего административное правонарушение, имеет обратную силу, то есть распространяется и на лицо, которое совершило административное правонарушение до вступления такого закона в силу и в отношении которого постановление о назначении административного наказания не исполнено. Закон, устанавливающий или отягчающий административную ответственность за административное правонарушение либо иным образом ухудшающий положение лица, обратной силы не имеет.

Поскольку изменения, внесенные в ст. 14.3. КоАП РФ Федеральным законом от 28.12.2009 № 380-ФЗ вступили в силу с 01.04.2010, ухудшают положение лица, совершившего административное правонарушение, устанавливая минимальную санкцию в размере ста тысяч рублей, применяется редакция КоАП РФ, действовавшая во время начала совершения административного правонарушения исходя из нижеследующего.

Ко дню составления протокола ООО «МАЛД» представлены письменные пояснения работников магазина № 45, свидетельствующие о том, что начало распространения рассматриваемой рекламы приходится на октябрь 2007 года.

Учитывая, что временем начала совершения ООО «МАЛД» административного правонарушения является октябрь 2007 года, действия ООО «МАЛД» следует квалифицировать по ст. 14.3. КоАП РФ (в редакции, действовавшей на момент начала совершения правонарушения).

21.07.2010 Коми УФАС России ООО «МАЛД» выдано предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе № 03-01/3214.

26.07.2010 ООО «МАЛД» представлены доказательства исполнения предписания, из которых следует, что 21.07.2010 распространение рассматриваемой рекламы прекращено.

Таким образом, время совершения правонарушения с октября 2007 года по 21 июля 2010 года.

Место совершения административного правонарушения – г. Сыктывкар, Республика Коми.

В соответствии со ст. 14.3. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в редакции, действовавшей на момент начала совершения правонарушения, нарушение рекламодателем, рекламодателем, рекламодателем, рекламодателем, влечет наложение административного штрафа.

На основании изложенного, ООО «МАЛД», являясь рекламодателем рекламы «24 часа. Вино-водочные изделия, ниже изображены наполненный бокал и 4 винных бутылки», размещенной в виде плаката в оконном проеме фасада здания магазина № 45, принадлежащего ООО «МАЛД», расположенного по адресу: Республика Коми, город Сыктывкар, улица Карла Маркса, дом 212, допустило административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена ст. 14.3. КоАП РФ.

Из материалов рекламного и административного дел усматривается, что причинами административного правонарушения и условиями, способствовавшими его совершению, явились ненадлежащая организация ООО «МАЛД» публично значимой деятельности в области рекламы, отсутствие должного контроля со стороны руководства при распространении рекламы алкогольной продукции.

В связи с вышеизложенным, должностное лицо считает необходимым в соответствии со ст. 29.13 КоАП РФ внести в ООО «МАЛД» представление об устранении причин и условий, способствующих совершению административного правонарушения.

В соответствии со ст. 4.5. КоАП РФ срок привлечения к административной ответственности за нарушение рекламного законодательства составляет один год.

Частью 2 ст.4.5 КоАП РФ установлено, что при длящемся административном правонарушении сроки, предусмотренные частью 1 настоящей статьи, начинают исчисляться со дня обнаружения административного правонарушения.

В силу п.19 Пленума ВАС от 27.01.2003 № 2 «О некоторых вопросах, связанных с введением в действие Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях» днем обнаружения длящегося административного правонарушения считается день, когда должностное лицо, уполномоченное составлять протокол о данном административном правонарушении, выявило факт совершения этого правонарушения. В данном случае днем выявления правонарушения является 06.04.2010 года.

Согласно ч. 2 ст. 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.

Из материалов административного дела не усматривается обстоятельств, как исключających возможность соблюдения ООО «МАЛД» требований рекламного законодательства, так и свидетельствующих о принятии ООО «МАЛД» всех зависящих от него мер по соблюдению требований рекламного законодательства.

Таким образом, вина ООО «МАЛД» в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ст. 14.3. КоАП РФ, является установленной.

В соответствии со ст. 2.9. КоАП РФ при малозначительности совершенного административного правонарушения судья, орган, должностное лицо, уполномоченные решить дело об административном правонарушении, могут освободить лицо, совершившее административное правонарушение, от административной ответственности.

Малозначительным административным правонарушением является действие или бездействие, хотя формально и содержащее признаки состава административного правонарушения, но с учетом характера совершенного правонарушения и роли правонарушителя, размера вреда и тяжести наступивших последствий не представляющее существенного нарушения охраняемых общественных правоотношений.

Состав административного правонарушения, предусмотренного ст. 14.3. КоАП РФ, является формальным и не требует материально-правовых последствий содеянного.

Сравнительный анализ санкций, содержащихся в Кодексе Российской Федерации об административных правонарушениях, свидетельствует о том, что нарушение законодательства о рекламе обладает высокой степенью общественной опасности.

В соответствии со ст. 1.2. КоАП РФ задачами законодательства об административных правонарушениях являются, в том числе, защита общества и государства от административных правонарушений, предупреждение административных правонарушений.

Существенную угрозу правоохраняемым интересам в данном случае представляет собой ненадлежащий контроль со стороны ООО «МАЛД» за публично значимой деятельностью при распространении рекламы алкогольной продукции, пренебрежительное отношение к исполнению своих публично-правовых обязанностей, предусмотренных требованиями п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона «О рекламе».

ООО «МАЛД» нарушены требования рекламного законодательства, направленные на реализацию права потребителей на получение надлежащей рекламы, а также защиту отношений в сфере охраны здоровья населения.

Согласно ст. 41 Конституции Российской Федерации каждый имеет право на охрану здоровья. В Основах законодательства Российской Федерации об охране здоровья граждан, утвержденных Верховным Советом РФ 22.07.1993 № 5487-1, признается основополагающая роль охраны здоровья граждан как неотъемлемого условия жизни общества.

В связи с изложенным, рассматриваемое административное правонарушение не может быть признано малозначительным.

На момент рассмотрения административного дела распространение рассматриваемой рекламы прекращено, что подтверждается фотографиями, имеющимися в материалах рекламного дела.

В качестве обстоятельств, смягчающих административную ответственность ООО «МАЛД», в соответствии со ст. 4.2. КоАП РФ, должностное лицо считает возможным учесть признание вины лицом, совершившим административное правонарушение, а также прекращение на момент рассмотрения дела нарушения рекламного законодательства.

Обстоятельства, отягчающие административную ответственность, предусмотренные ст. 4.3. КоАП РФ в ходе рассмотрения дела не установлены.

Обстоятельства, исключающие производство по делу об административном правонарушении, предусмотренные ст. 24.5. КоАП РФ в ходе рассмотрения дела не установлены.

С учетом вышеуказанного, в том числе, характера совершенного административного правонарушения, наличия обстоятельств, смягчающих административную ответственность и отсутствия обстоятельств, отягчающих административную ответственность ООО «МАЛД», имущественного положения ООО «МАЛД», копиями бухгалтерского баланса по состоянию на 30.06.2010, отчета о прибылях и убытках за период с 01.01.2010 по 30.06.2010 в соответствии со ст. ст. 4.1., 4.2., 14.3., 23.48., 29.9., 29.10., 29.13 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛА:

1. Признать общество с ограниченной ответственностью «МАЛД» виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ст. 14.3. КоАП РФ.

2. Назначить обществу с ограниченной ответственностью «МАЛД» административное наказание в виде административного штрафа в размере 40000 (сорок тысяч) рублей.

3. Внести в общество с ограниченной ответственностью «МАЛД» представление об устранении причин и условий, способствовавших совершению административного правонарушения.

В соответствии с ч. 1 ст. 32.2. КоАП РФ административный штраф должен быть уплачен не позднее 30 дней со дня вступления постановления о наложении штрафа в законную силу.

Штраф должен быть уплачен платежным поручением через расчетный счет.

Реквизиты для уплаты штрафа:

ГРКЦ НБ РЕСП. КОМИ БАНКА РОССИИ		БИК	048702001			
г. СЫКТЫВКАР		Сч. №				
Банк получателя		Сч. №	40101810000000010004			
ИНН 1101481197		КПП 110101001				
УФК ПО РЕСПУБЛИКЕ КОМИ (КОМИ УФАС РОССИИ)		Вид оп.		01	Срок плат.	
		Наз. пл.			Очер. плат.	3
		Код			Рез. поле	
16111626000010000140	87401000000	0	0	0	0	0

ШТРАФ ЗА НАРУШЕНИЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА О РЕКЛАМЕ ПО ДЕЛУ № _____ ОТ _____
СОГЛАСНО ПОСТАНОВЛЕНИЮ № _____ ОТ _____

В тридцатидневный срок со дня вступления постановления о наложении штрафа в законную силу ООО «МАЛД» представить в Коми УФАС России надлежащим образом заверенную копию платежного документа, свидетельствующего об уплате штрафа.

Согласно части 5 статьи 32.2. КоАП РФ при отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, должностное лицо, вынесшее постановление, направляет соответствующие материалы судебному приставу-исполнителю для взыскания суммы административного штрафа в порядке, предусмотренном федеральным законодательством. Кроме того, должностное лицо, вынесшее постановление, принимает решение о привлечении лица, не уплатившего административный штраф, к административной ответственности в соответствии с ч. 1 статьи 20.25. КоАП РФ.

В соответствии со статьей 30.3. КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано вышестоящему должностному лицу либо в суд в течение десяти суток 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 (10-дневный срок со дня вручения или получения копии постановления), если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

Срок предъявления постановления к исполнению – 1 год.

Заместитель руководитель управления