

Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы Волгоградской области Никуйко Ирина Борисовна, рассмотрев протокол и материалы дела № 17-03-14.3-02/175 об административном правонарушении, возбужденного в отношении ИП Б. Е.А. по ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (КоАП РФ),

в присутствии представителя ИП Б. Е.А. С. С.А. (доверенность № 34АА1034575 от 04.09.2014) (лицо надлежаще уведомлено о времени и месте рассмотрения административного дела, ходатайств о переносе даты рассмотрения не поступало),

УСТАНОВИЛ:

29 марта 2017 г. заместителем начальника отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы Волгоградского УФАС России составлен протокол об административном правонарушении в отношении ИП Б. Е. .. Индивидуальный предприниматель или его представитель на составление протокола не явился, надлежаще уведомлен (уведомление вручено 20.03.2017), письменных объяснений не представил. Протоколом установлено следующее.

По адресу г. Волгоград, ул. было выявлено распространение наружной рекламы алкогольной продукции (пива) посредством размещения рекламных конструкций на стене магазина «Пивная галерея», с указанием пива (сорта) и его цены, а именно: **«Наши цены Наименование Цена за 1л. Традиционное фильтрованное – 96 Традиционное нефильтрованное – 76 Приятель – 58 Мюнхенское – 86 Чешское – 96 Янтарное – 76 Крепкое – 76 Изысканное – 96 Красное – 96 Легкое – 76 Темное – 76 Черное – 120»**, а также с указанием на соседней рекламной конструкции (размещена на входной двери в магазин с наружной стороны) информации следующего содержания: **«Рекомендуем! Элитные сорта пива от немецкой пивоварни BEER CAFI»**.

В соответствии с п. 1 ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон 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.

Рассматриваемая информация является рекламой, так как отвечает всем квалифицирующим признакам:

- адресована неопределенному кругу лиц (проходящим и проезжающим

мимо магазина «Пивная галерея» людям);

- распространяется посредством наружных конструкций;

- направлена на привлечение внимания и продвижение продукции, рекламируемой в указанном ролике;

- направлена на формирование или поддержание интереса к объекту рекламирования и его продвижение на рынке.

Объектом рекламирования в рассматриваемом случае является ассортимент пивной продукции («*Элитные сорта пива от немецкой пивоварни BEER CAFI*»), в том числе конкретные сорта пива (*Традиционное фильтрованное, Традиционное нефилтрованное, Приятель, Мюнхенское, Чешское, Янтарное, Крепкое, Изысканное, Красное, Легкое, Темное, Черно*), реализуемые в магазине «Пивная галерея», а также некая немецкая пивоварня под обозначением *BEER CAFI*.

Согласно 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, сооружений или вне их.

В соответствии с ч. 4 ст. 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 данной рекламе нарушены специальные требования, предъявляемые к рекламе алкогольной продукции.

По данному факту определением от 16.02.2017 исх. № 02-8/954 было возбуждено дело № 17-03-21-02/98 в отношении ИП Б. Е.А. по признакам нарушения п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе.

В ходе рассмотрения дела Волгоградским УФАС России установлено, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП Б. Е. А..

- ИП Б. Е.А. С. С.А. (доверенность № 34АА1034575 от 04.09.2014) на заседании Комиссии Волгоградского УФАС России 06 марта 2017 года высказал следующую позицию. Он подтвердил распространение рассматриваемой в деле рекламы со стороны ИП Б. Е.А., а также указал, что не согласен с наличием нарушения рекламного законодательства, поскольку в рекламе нет слова «пиво», а указаны

только сорта и их цены. Кроме того, по мнению представителя, магазин позиционирует себя как закусочная, и поэтому может размещать наружное меню с указанием цен и конкретных наименований продукции. ИП Б. Е.А. также пояснил, что обозначение «BEER CAFI» – это средство индивидуализации не магазина, а производителя пива (пивоварни).

Согласно 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, сооружений или вне их.

Указанная реклама распространялась при помощи наружной рекламной конструкции, размещенной на внешней стене здания, а также на внешней стороне входной двери.

В совокупности с вывеской «Пивная галерея», а также информацией: «*Рекомендуем! Элитные сорта пива от немецкой пивоварни BEER CAFI*» можно сделать вывод, что указанные виды товаров относятся именно к пиву (алкогольной продукции).

Кроме того, наличие ниже текста «*Рекомендуем! Элитные сорта пива от немецкой пивоварни BEER CAFI*» надписи «**Чрезмерное употребление алкоголя вредит Вашему здоровью**» также дополнительно указывает на то, что информация, перечисляемая в рекламе имеет отношение именно к алкогольной продукции, реализуемой магазином «Пивная галерея».

В данном случае внимание потребителей акцентируется на объекте рекламирования – ассортименте магазина «Пивная галерея» (алкогольная продукция – пиво), а также на коммерческом обозначении пивоварни (изготовителя алкоголя) BEER CAFI («*Рекомендуем! Элитные сорта пива от немецкой пивоварни BEER CAFI*»), что прямо запрещено ч. 4 ст. 2 Закона о рекламе.

Таким образом, реклама магазина «Пивная галерея» может ассоциироваться у потребителей с определенным напитком – пивом, а не любым другим напитком ввиду того, что эффект отождествления усиливается как самим названием торгового объекта, упоминанием «*немецкой пивоварни BEER CAFI*», так и предупреждением о вреде чрезмерного употребления алкоголя.

Рассматриваемая информация («*Наши цены Наименование Цена за 1л. Традиционное фильтрованное – 96 Традиционное нефилтрованное – 76 Приятель – 58 Мюнхенское – 86 Чешское – 96 Янтарное – 76 Крепкое – 76 Изысканное – 96 Красное – 96 Легкое – 76 Темное – 76 Черное – 120*») не может считаться обязательным для доведения потребителей меню, так как в

рассматриваемой рекламе указываются только определенные сорта пива и цены на них, соответственно не доведены до потребителя цены на иные товары, реализуемые в данном магазине.

В соответствии с ГОСТом 31985-2013. Межгосударственный стандарт. Услуги общественного питания. Термины и определения", введенный в действие Приказом Росстандарта от 27.06.2013 № 191-ст под меню понимается перечень блюд, кулинарных, кондитерских и хлебобулочных изделий, напитков, покупных товаров, предлагаемых потребителю (гостю) в предприятии питания, с указанием, как правило, массы/объема и цены, расположенных в определенной последовательности.

Согласно разделу 2 Правил оказания услуг общественного питания, утвержденный постановлением Правительства РФ № 1036 от 15.08.1997 года исполнители в сфере оказания услуг общественного питания обязаны довести в наглядной и доступной форме до потребителя необходимую и достоверную информацию об оказываемых услугах, обеспечивающую возможность их правильного выбора. Информация о продукции и об услугах доводится до сведения потребителей посредством меню, прейскурантов или иными способами, принятыми при оказании таких услуг. При этом возможность ознакомления с меню, прейскурантами и условиями обслуживания должна быть предоставлена потребителю как в зале, так и вне зала обслуживания (п. п. 13, 14 Правил оказания услуг общественного питания).

Цель информирования также направлена на привлечение внимания потребителя и продвижение товара на рынке, так как реклама расположена снаружи магазина, соответственно направлена на привлечение неопределенного и неограниченного круга лиц, а также указаны лишь конкретные сорта пива и цены на них, то есть продавец привлекает внимание именно того потребителя, который согласится купить именно этот товар именно по этой цене. Цель меню – информировать потребителя, когда он уже пришел в заведение и помочь определиться с выбором конкретного товара.

- результатам рассмотрения дела № 17-03-21-02/98 реклама, размещенная посредством рекламных конструкций на стене магазина «Пивная галерея», с указанием пива (сорта) и его цены, а именно: **«Наши цены Наименование Цена за 1л. Традиционное фильтрованное – 96 Традиционное нефильтованное – 76 Приятель – 58 Мюнхенское – 86 Чешское – 96 Янтарное – 76 Крепкое – 76 Изысканное – 96 Красное – 96 Легкое – 76 Темное – 76 Черное – 120»**, а также с указанием на соседней рекламной конструкции (размещена на входной двери в магазин с наружной стороны) информации следующего содержания: **«Рекомендуем! Элитные сорта пива от немецкой пивоварни BEER SAFL»**,

признана ненадлежащей, нарушающей требования п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе.

ИП Б. Е.А. предписание об устранении нарушения выдано не было, так как в ходе рассмотрения дела № 17-03-21-02/98 было подтверждено устранение нарушения.

Нарушение рекламоделателями, рекламодателями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе в силу ч. 4 ст. 38 Закона о рекламе влечёт за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

ИП Б. Е.А. является рекламодателем указанной рекламы.

В соответствии ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных п. 3 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе.

Согласно части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламоделателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе 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.

В соответствии со ст. 2.4. КоАП РФ административной ответственности подлежит должностное лицо в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

Административной ответственности подлежит должностное лицо в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей. Под должностным лицом следует понимать лицо, постоянно, временно или в соответствии со специальными полномочиями осуществляющее функции представителя власти, то есть наделенное в установленном законом порядке распорядительными полномочиями в отношении лиц, не находящихся в служебной зависимости от него, а равно лицо, выполняющее организационно-распорядительные или административно-хозяйственные функции в государственных органах, органах местного самоуправления, государственных и муниципальных организациях, а также в Вооруженных Силах Российской Федерации, других войсках и воинских формированиях Российской Федерации. Совершившие административные правонарушения в связи с выполнением организационно-распорядительных или административно-хозяйственных функций руководители и другие работники иных организаций, а также лица,

осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, несут административную ответственность как должностные лица, если законом не установлено иное (ст. 2.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях).

В действиях ИП Б. Е.А. содержится состав административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ – нарушение рекламораспространителем законодательства о рекламе.

Объектом правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, являются общественные отношения в области рекламы, а также регламентированный порядок осуществления предпринимательской деятельности.

Объективную сторону состава административного правонарушения образует распространение рекламы, нарушающей требования законодательства о рекламе.

Субъектом правонарушения является ИП Б. Е.А., выступившая в качестве рекламораспространителя ненадлежащей рекламы.

С 04.07.2016 вступили в силу изменения в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях, связанные с поддержкой субъектов малого и среднего предпринимательства.

Частью 1 статьи 4.1.1 «Замена административного наказания в виде административного штрафа предупреждением» (введена Федеральным [законом](#) от 03.07.2016 N 316-ФЗ) установлено, 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.

На основании [статьи 3](#) Федерального закона от 24.07.2007 № 209-ФЗ "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" (далее - ФЗ "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации") субъекты малого и среднего предпринимательства - это хозяйствующие субъекты (юридические лица и индивидуальные предприниматели), отнесенные в

соответствии с условиями, установленными настоящим Федеральным законом, к малым предприятиям, в том числе к микропредприятиям, и средним предприятиям.

Согласно реестру субъектов малого и среднего предпринимательства на сайте Федеральной налоговой службы <https://mrsp.nalog.ru/search.html> ИП Б. Е.А. является микропредприятием, что подтверждается выпиской из единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства от 05.04.2017 № ИЭ9965-17-425160.

Согласно ч. 2 ст. 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.

Предупреждение - мера административного наказания, выраженная в официальном порицании физического или юридического лица. Предупреждение выносится в письменной форме.

Статья 4.1.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях применяется при выявлении нарушений законодательства Российской Федерации о рекламе, в т.ч. ст. 14.3 КоАП при наличии обстоятельств, установленных частью 1 ст. 4.1.1 КоАП РФ.

Частью 2 статьи 3.4. «Предупреждение» установлено, что 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.*

Как указано в п. 19.1 постановления Пленума ВАС РФ от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях», однородными считаются правонарушения, ответственность за совершение которых предусмотрена одной статьей Особенной части КоАП РФ.

В соответствии с п. 2 ч. 1 ст. 4.3 КоАП РФ повторное совершение однородного административного правонарушения – совершение административного правонарушения в период, когда лицо считается

подвергнутым административному наказанию в соответствии со ст. 4.3 КоАП РФ за совершение однородного административного правонарушения.

Должностным лицом при рассмотрении дела установлены обстоятельства, предусмотренные частью 2 статьи 3.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (правонарушение совершено впервые, угрозы вреда жизни и здоровью людей, имущественного ущерба в результате совершенного правонарушения нет).

Должностное лицо, рассматривающее дело, в данном случае усматривает основания для применения ст.4.1.1. КоАП РФ и замены административного штрафа на предупреждение.

Руководствуясь статьями 3.4, 4.1.1, 14.3, 23.48, 24.5, частью 1 статьи 29.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

Признать ИП Б. Е. А. виновной в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

На основании статьи 4.1.1 КоАП РФ заменить административный штраф на предупреждение.

В соответствии с пунктом 3 части 1 и частью 3 статьи 30.1 КоАП постановление по делу об административном правонарушении, вынесенное должностным лицом может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу либо в районный суд по месту рассмотрения дела. Постановление по делу об административном правонарушении, совершенном юридическим лицом или лицом, осуществляющим предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, обжалуется в арбитражный суд в соответствии с арбитражным процессуальным законодательством.

На основании статьи 30.3 КоАП жалоба на постановление по делу об административном правонарушении может быть подана в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно статье 31.1. КоАП 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.