

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о наложении штрафа по делу

об административном правонарушении № 02-36/2014-015

25 апреля 2014 года
Иваново

город

Я, ВрИО руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Ивановской области <...>, рассмотрев протокол № 02-36/2014-015 от 19 марта 2014 года и другие материалы дела об административном правонарушении №02-36/2014-015, возбужденного в отношении Общества с ограниченной ответственностью «Управляющая компания «СК-групп» (<...>), в присутствии представителя Общества – <....>,

УСТАНОВИЛ:

19 марта 2014 года главный специалист-эксперт отдела антимонопольного контроля и контроля органов власти Управления Федеральной антимонопольной службы по Ивановской области <...> составила протокол об административном правонарушении № 02-36/2014-015 по ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП РФ) в отношении ООО «УК «СК-групп».

При рассмотрении указанного заявления установлено, что в печатном издании «Вкус города 37» №14 от мая 2013 года на стр.7 была опубликована реклама бара «Пробка», в тексте которой среди прочего упоминалось следующее: «При заказе 200 г водки – солянка в подарок <...> при единовременном заказе 2-х алкогольных напитков третий в подарок <...> при заказе 1 л пива сушеная вобла в подарок <...> при заказе 1 литра пива фирменные чипсы «пробка» в подарок <...> при заказе шашлыка 50 г. водки в подарок».

Рассматриваемая реклама содержала признаки нарушения п.1 ч.2 ст.21 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), согласно которой реклама алкогольной продукции не должна размещаться в периодических печатных изданиях.

Факт распространения указанной рекламы подтверждается: заявлением, газетой «Вкус города 37» №14 от мая 2013 года.

Ивановским УФАС России по данному факту 09 сентября 2013 года возбуждено дело № 02-35/2013-044 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

02 октября 2013 года по результатам рассмотрения указанного дела Комиссией Ивановского УФАС России была оглашена резолютивная часть решения о признании рассматриваемой рекламы ненадлежащей, нарушающей требования п.1 ч.2 ст.21 Закона о рекламе. Материалы дела переданы должностному лицу

Ивановского УФАС России для решения вопроса в соответствии с ч.1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП РФ).

В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона о рекламе ненадлежащей является реклама не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Согласно ст. 3 Закона о рекламе реклама – это информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирования и поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке.

Рассматриваемая информация подпадает под определение рекламы и содержит все её признаки:

- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к бару «Пробка», а также к реализуемой алкогольной продукции;
- призвана формировать и поддерживать интерес к объектам рекламирования, способствует их продвижению на рынке.

22 июля 2011 года был опубликован и вступил в силу, за исключением отдельных положений, Федеральный [закон](#) «О внесении изменений в Федеральный закон от 18.07.2011 N 218-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции» и отдельные законодательные акты Российской Федерации и признании утратившим силу Федерального закона «Об ограничениях розничной продажи и потребления (распития) пива и напитков, изготавливаемых на его основе» (далее - Закон № 218-ФЗ). Согласно Закону № 218-ФЗ с 1 июля 2012 года 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), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива. [Статьей 3](#) указанного закона в Закон о рекламе внесены изменения, касающиеся порядка распространения рекламы алкогольной продукции, а также пива и напитков, изготавливаемых на его основе, которые вступили в силу с 23 июля 2012 года.

23 июля 2013 года был опубликован Федеральный закон от 20.07.2012 N 119-ФЗ «О внесении изменений в статью 21 Федерального закона «О рекламе» и статью 3 Федерального закона «О внесении изменений в Федеральный закон «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции» и отдельные законодательные акты Российской Федерации и признании утратившим силу Федерального закона «Об ограничениях розничной продажи и потребления (распития) пива и напитков,

изготавливаемых на его основе», согласно которому с 01 января 2013 года была запрещена реклама алкогольной продукции в периодических печатных изданиях.

Согласно [части 4 статьи 2](#) Закона о рекламе 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.

Вместе с тем, п. 16 информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25 декабря 1998 года № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» указано, что информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара. Размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром и направленных на привлечение внимания к объекту рекламирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре.

Таким образом, указанная реклама содержит признаки нарушения п. 1 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе, в которой регламентирован порядок исполнения рекламодателем запрета на распространение рекламы алкогольной продукции в периодических печатных изданиях. Указанная императивная обязанность не была соблюдена.

Согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ 37-00168 от 19 января 2012 года учредителем печатного издания «Вкус города 37» является ООО «Управляющая компания «СК-групп».

В материалы дела представлены: заключенный между ООО «Управляющая компания «СК-групп» и ООО «Мастерфуд» Договор на рекламу в газете от 15 апреля 2013 года, согласованный с рекламодателем макет рассматриваемой рекламы и Акт сдачи приемки работ от 15 мая 2013 года, по которому недостатки в результате оказания услуг сторонами не были выявлены.

На рассмотрении дела №02-35/2013-044, возбужденного по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, представитель ООО «УК «СК-групп» факт нарушения законодательства о рекламе признала и пояснила, что в настоящее время реклама алкогольной продукции в газете не распространяется.

За нарушение требований п. 1 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе согласно ч. 7 ст. 38 данного закона ответственность несет рекламодатель.

Рекламодателем указанной рекламы является ООО «УК «СК-групп».

Ответственность за данное правонарушение предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

Объектом вменяемого административного правонарушения являются общественные отношения, складывающиеся в процессе производства,

размещения и распространения рекламы.

Объективная сторона административного правонарушения состоит в нарушении ООО «УК «СК-групп» при распространении рекламы требований Закона о рекламе.

Субъект административного правонарушения – рекламораспространитель ООО «УК «СК-групп».

В соответствии со статьей 2.10. КоАП РФ юридическое лицо подлежит административной ответственности в случае совершения административного правонарушения.

Субъективная сторона: 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 требований законодательства, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

ООО «УК «СК-групп» при распространении рекламы имело возможность исполнить требования законодательства о рекламе, однако, не сделало этого, при этом, объективные обстоятельства, делающие невозможным выполнение ООО «УК «СК-групп» требований Закона о рекламе, в материалах дела отсутствуют.

Таким образом, ООО «УК «СК-групп» совершило административное правонарушение, предусмотренное статьей 14.3 КоАП РФ, выразившееся в нарушении рекламораспространителем законодательства Российской Федерации о рекламе.

ООО «УК «СК-групп» было надлежащим образом извещено о дате, времени и месте рассмотрения дела об административном правонарушении № 02-36/2014-015.

На рассмотрении дела об административном правонарушении № 02-36/2014-015 представитель ООО «УК «СК-групп» вину в совершении правонарушения признала и в связи с тем, что совершенное организацией правонарушение не представляло существенной угрозы охраняемым общественным правоотношениям, не нанесло вреда, просила признать данное правонарушение малозначительным. Дополнительно пояснила, что по адресу: г. Иваново, ул. Садовая, д.49/39 Общество фактически не находится. В настоящее время готовятся документы по смене юридического адреса.

Виновность ООО «УК «СК-групп» в совершении административного правонарушения подтверждается следующими доказательствами: решением Комиссии Ивановского УФАС России по делу № 02-35/2013-044 от 04 октября 2013 года, свидетельством о регистрации СМИ ПИ № ТУ 37-00168 от 19 января 2012 года.

При рассмотрении дела об административном правонарушении была рассмотрена возможность применения к ООО «УК «СК-групп» ст. 2.9 КоАП РФ (малозначительность совершенного правонарушения).

На основании ст. 2.9 КоАП РФ при малозначительности совершенного административного правонарушения судья, орган, должностное лицо,

уполномоченное решить дело об административном правонарушении, могут освободить лицо, совершившее административное правонарушение, от административной ответственности и ограничиться устным замечанием.

Из разъяснений Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации, содержащихся в пункте 18 Постановления Пленума от 02 июня 2004 года № 10 «О некоторых вопросах, возникающих в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» следует, что при квалификации правонарушения в качестве малозначительного необходимо исходить из оценки конкретных обстоятельств его совершения.

Квалификация правонарушения как малозначительного может иметь место только в исключительных случаях (пункт 18.1. Постановления Пленума ВАС РФ от 02 июня 2004 года № 10, введенный постановлением Пленума ВАС РФ от 20 ноября 2008 года №60).

По смыслу статьи 2.9. КоАП РФ оценка малозначительности деяния должна соотноситься с характером и степенью общественной опасности, причинением вреда либо с угрозой причинения вреда личности, обществу или государству.

В рассматриваемом случае ООО «УК «СК-групп» при соблюдении той степени добросовестности, которая требовалась от него в целях выполнения законодательно установленной обязанности, а также осуществления надлежащего контроля за соблюдением законодательства при распространении рекламы могло не допустить совершения административного правонарушения.

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

Ивановское УФАС России не усмотрело оснований для признания совершенного правонарушения малозначительным в виду следующего:

- значительный тираж печатного издания, содержащего текст ненадлежащей рекламы (суммарный тираж 3 000 экз.);
- материалами дела подтверждается, что это не единственный случай размещения рекламы алкогольной продукции в периодическом печатном издании, учредителем которого является ООО «УК «СК-групп» (к материалам дела приобщены решения по делам № 02-35/2013-039, 02-35/2013-040, 02-35/2013-041, 02-35/2013-042, 02-35/2013-043, 02-35/2013-044, возбужденным по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе);
- формат издания – периодическое печатное издание, которое распространяется бесплатно в публичных учреждениях и заведениях г. Иваново (фитнес-клубах, магазинах, заведениях общественного питания, кинотеатре «Лодзь»), куда имеется неограниченный доступ посетителей, в том числе, несовершеннолетних.

Существенная угроза охраняемым общественным отношениям выражается в пренебрежительном отношении ООО «УК «СК-групп» к исполнению своих публично-правовых обязанностей, что посягает на установленный порядок в области

распространения рекламы.

Закон о рекламе, регулируя отношения, возникающие в процессе производства, размещения и распространения рекламы, ставит своей целью защиту от недобросовестной конкуренции в области рекламы, предотвращение и пресечение ненадлежащей рекламы, способной ввести потребителей рекламы в заблуждение или нанести вред здоровью граждан, имуществу граждан или юридических лиц.

Необходимо учитывать, что в силу положений ст. 1 Закона о рекламе целями данного закона являются реализация прав потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства РФ о рекламе, а также пресечения фактов ненадлежащей рекламы.

Ограничения на распространение рекламы алкогольной продукции в периодических печатных изданиях были введены в соответствии Федеральным законом от 20.07.2012 № 119-ФЗ «О внесении изменений в статью 21 Федерального закона «О рекламе» и статью 3 Федерального закона «О внесении изменений в Федеральный закон «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции» и отдельные законодательные акты Российской Федерации и признании утратившим силу Федерального закона «Об ограничениях розничной продажи и потребления (распития) пива и напитков, изготавливаемых на его основе». В пояснительной записке к законопроекту, размещенной на сайте Государственной Думы Российской Федерации указано, что размещение рекламы алкогольной продукции, в том числе, в СМИ, оказывает пагубное влияние на здоровье и нравственное состояние молодежи России. В связи с этим, основной целью законопроекта является создание условий, препятствующих потреблению молодыми людьми алкогольной продукции, путем ограничения ее рекламы.

В данном случае в местах распространения периодического печатного издания у несовершеннолетних был неограниченный доступ к ознакомлению с рассматриваемой рекламой.

Оценив характер и конкретные обстоятельства совершенного правонарушения, роль правонарушителя в совершенном правонарушении, характер совершенного общественно опасного деяния, а также доказательства пренебрежительного отношения ООО «УК «СК-групп» к исполнению своих публично-правовых обязанностей и к императивным требованиям публичного права, прихожу к выводу, что рассматриваемое правонарушение несет существенную угрозу охраняемым общественным отношениям, в связи с этим не допустимо применение статьи 2.9. КоАП РФ. Применение в рассматриваемом случае статьи 2.9. КоАП РФ не обеспечит адекватную защиту охраняемым общественным отношениям, а также не приведет к достижению установленной законом цели предупреждения совершения новых правонарушений.

Место совершения административного правонарушения – г. Иваново.

Дата совершения административного правонарушения – 26 апреля 2013 года.

Обстоятельств, смягчающих и отягчающих административную ответственность

ООО «УК «СК-групп», предусмотренных ст. 4.3 КоАП РФ, не установлено.

Обстоятельств, исключающих производство по делу об административном правонарушении, предусмотренных ст. 24.5 КоАП, не установлено.

Руководствуясь статьями 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

Признать ООО «УК «СК-групп» виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, и назначить административное наказание в виде штрафа в размере 101 000 (Сто одна тысяча) рублей.

В соответствии с ч. 1 ст. 32.2 КоАП РФ штраф должен быть уплачен не позднее 60 дней со дня вступления постановления о наложении штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных ст. 31.5 КоАП РФ. Реквизиты для перечисления суммы штрафа:

<...>

Назначение платежа: оплата штрафа по постановлению о наложении штрафа по делу об административном правонарушении № 02-36/2014-015 от 25 апреля 2014 года.

Копию документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, лицо, привлеченное к административной ответственности, направляет должностному лицу, вынесшему постановление (факс: 32-63-60).

Согласно ч. 1 ст. 20.25 КоАП неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного штрафа либо административный арест на срок до пятнадцати суток.

В соответствии с ч. 7 ст. 21 Федерального закона от 02.10.2007 № 229-ФЗ «Об исполнительном производстве» постановление о наложении штрафа может быть предъявлено к исполнению в течение двух лет со дня его вступления в законную силу.

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 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.

Подпись должностного лица