

ПОСТАНОВЛЕНИЕ №06-145/16

о назначении административного наказания

«02» декабря 2016г.

г.

Новосибирск

Заместитель руководителя управления - начальник отдела рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Новосибирской области И.В. Волохина, рассмотрев протокол № 06-145/16 от «02» ноября 2016 г. об административном правонарушении и материалы административного дела, возбужденного в отношении Общества с ограниченной ответственностью «Рекламные технологии» (юридический адрес: 630099, г. Новосибирск, ул. Депутатская, д. 48, ИНН 5406225935, ОГРН 1025402492059, дата регистрации в качестве юридического лица: 26.12.2002 г.), по части 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ), руководствуясь пунктом 1 части 1 статьи 29.4 КоАП РФ, в присутствии: представителя ООО «Рекламные технологии» <..> (доверенность № 132 от 31.12.2016 г.),

УСТАНОВИЛ:

В Новосибирское УФАС России поступило обращение физического лица (вх. № 1442 э от 08.04.2016 г.) по факту размещения рекламы алкогольной продукции, с признаками нарушения Закона о рекламе при размещении информации вблизи станции метро «Октябрьская», на пересечении улиц Кирова и Шевченко, на рекламной конструкции ИНО 025-4-2, на конструкции стабильного территориального размещения следующего содержания: «Новое меню «Kellers» ресторан. 300 м. ул. Шевченко, 31А, 362-09-89».

Новосибирским УФАС России по данному факту возбуждено дело, в ходе рассмотрения которого установлено следующее.

01.07.2016 г. на рассмотрении дела Комиссией Новосибирского УФАС России представителем ООО «Рекламные технологии» (далее – Общество, ООО «РТ») был представлен отзыв, в котором указывалось следующее.

В соответствии с п.2.ст.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.

На основании с п. 3 ст. 3 Закона о рекламе, товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Как указывает Общество, из данных правовых норм можно выделить две составляющих элемента Объекта рекламы, а именно:

- сам рекламодатель как субъект, осуществляющий определенную деятельность или оказывающий услуги, а также выпускающий (продающий) какой-либо товар либо продукт;

- результаты деятельности рекламодателя: товары, работы, услуги, права на результаты интеллектуальной деятельности.

Ресторан «Келерс» является предприятием общественного питания, классическим заведением ресторанного типа, с широким ассортиментом блюд заказного приготовления, в данном заведении проводится развлекательная и музыкальная программа для гостей ресторана.

Макет распространяемой рекламы ресторана «Келерс» содержал текст «Новое меню», в нижней части макета надпись «300 метров, ул. Шевченко, 31а, тел 362-09-89», изображение эмблемы ресторана «Келерс» и изображение части сервированного обеденного стола - вилка, тарелка с жареным мясом, томатным соусом, картофелем и овощами.

Изображение тарелки с едой занимает 70% макета рекламы, композиционно занимающее центральную часть макета, не перекрываемую надписями и графическими элементами. Изображение еды в макете имеет креолизованное («преувеличенное») визуальное исполнение - яркий красный цвет овощей, блестящий аппетитный сочный кусок мяса с рельефом от жарки на решетке гриля, свежий вид молодой зелени, хрустящая корочка на картофеле и др.

Общее композиционное решение макета, по мнению Общества, расположение текстовых и изобразительных элементов акцентируют внимание потребителя на потреблении пищи в конкретном ресторане.

Все элементы изображения макета направлены на привлечение внимание потребителя к еде и блюдам заказного приготовления в ресторане «Келерс».

Таким образом, Общество полагает, что объектом рекламирования в данном случае является деятельность ресторана «Келерс» по оказанию услуг питания населению и сам рекламодатель – ресторан «Келерс».

Кроме того, по мнению Общества в данном макете отсутствуют элементы привлечения внимания к алкогольной продукции.

По мнению ООО «РТ», макет не вызывает ассоциации потенциальных потребителей с пивом марки «Келлерс».

ООО «РТ» также считает, что оценка макета рекламы с точки зрения восприятия ее потребителями должна проводиться на основании социологического исследования эмпирического уровня методом экспертного опроса (например, членов Экспертного Совета по вопросам рекламы) и массового опроса с достоверной репрезентативной выборкой аудитории потребителей участвующих в опросе.

Таким образом, Общество полагает, что само по себе наличие эмблемы ресторана, имеющей некоторое сходство с изображением товарного знака пива «Келлере» при отсутствии текстовых и изобразительных элементов, явно относящихся к алкогольной продукции, не может расцениваться как реклама алкогольной продукции.

Макет рекламы так же не содержит изображения элементов процесса употребления алкогольной продукции - пивных кружек, бочек, винных бокалов или

других, которые бы формировали в сознании потенциального потребителя устойчивых явных ассоциаций с процессом употребления алкогольной продукции.

Все элементы рекламного сообщения в адрес потребителя указывают на природу объекта рекламирования - ресторана как места общественного питания. В связи с чем Общество полагает, что данный макет является рекламой деятельности ресторана, ни явно, ни ассоциативно не относящегося к рекламе алкогольной продукции.

Представитель заинтересованного лица – ООО «Реста» также высказал свою позицию, согласно которой ООО «Реста» осуществляет предпринимательскую деятельность по работе бара (пивного ресторана) «Kellers», расположенного по адресу: г. Новосибирск, ул. Шевченко, 31а. В данном баре осуществляется торговля алкогольной продукцией не только марки «KELLERS GOLD», но и других марок.

ООО «Реста» не осуществляет деятельностью по производству пива марки «KELLERS GOLD». Никаких отношений по рекламе и продвижению пива марки "KELLERS GOLD" на договорных отношениях, заключённых какими-либо юридическими лицами Общество не имеет. Размещая рекламу бара (пивного ресторана) «Kellers» ООО «Реста» рекламировала лишь бар с указанным наименованием, а не пиво марки «KELLERS GOLD». Указывая в рекламе наименование бара «Kellers» ООО «Реста» не стремилось осуществить рекламу алкогольной продукции — пива марки «KELLERS GOLD», что, по мнению Общества прямо следует из размещённой в рекламе информации.

Из рекламы не следует, что ООО «Реста» в качестве объекта рекламирования, либо привлечения к нему внимания, либо для его продвижения указывает пиво марки «KELLERS GOLD», либо какое-либо иное пиво, равно как и другую алкогольную продукцию. В размещённой рекламе объектом рекламы является именно деятельность ресторана с наименованием «Kellers», а не то, что в указанном заведении осуществляется продажа пива марки «KELLERS GOLD», в рекламе отсутствует упоминание товарного знака «KELLERS GOLD».

Также представителем ООО «РТ» было заявлено ходатайство о проведении опроса общественного мнения с целью выявления наличия ассоциаций потенциальных потребителей для достоверного и объективного установления объекта рекламирования, предмета притяжения внимания широкого круга потенциальных потребителей в данном макете, а также о передаче макета данной рекламы на рассмотрение Экспертного совета по рекламе при Новосибирском УФАС России (далее – Экспертного Совета).

Комиссия Новосибирского УФАС России удовлетворила ходатайство ООО «РТ» о проведении опроса общественного мнения на официальном сайте <http://novosibirsk.fas.gov.ru/>.

Согласно п. 4.4 Положению «Об экспертном совете по применению законодательства о рекламе и антимонопольного законодательства в части недобросовестной конкуренции при Управлении Федеральной антимонопольной службе по Новосибирской области», заседания Экспертного совета проводятся по мере необходимости.

Заседание Экспертного совета при Новосибирском УФАС России состоялось 29.06.2016 г., на котором обсуждались несколько рекламных макетов.

Таким образом, Комиссия Новосибирского УФАС России приходит к выводу о нецелесообразности проведения Экспертного Совета с целью обсуждения одного рекламного макета, принимая во внимание факт проведения опроса общественного мнения на официальном сайте <http://novosibirsk.fas.gov.ru/>.

С целью получения оценки рассматриваемого рекламного макета, Новосибирским УФАС России на официальном сайте антимонопольного органа <http://novosibirsk.fas.gov.ru/> в период с 21.07.2016 г. по 29.07.2016 г. был произведен опрос посетителей сайта.

Для опроса было предложено ознакомиться с рассматриваемой рекламной информацией и ответить на предложенный вопрос: Вызывает ли у Вас рассматриваемая реклама ассоциации с алкогольной продукцией?

Согласно Сводке опроса, за указанный период в опросе приняло участие 3577 участников.

Вызывает ассоциации с алкоголем указанная реклама у 10% опрошенных (375 голосов); «нет» ответило 88 % опрошенных лиц (3164 голоса), затруднились ответить - 1% опрошенных (38 голосов).

Погрешность составляет +/- 1%.

Кроме того, Комиссия Новосибирского УФАС России считает доводы ООО «РТ» и ООО «Реста» ошибочными по следующим обстоятельствам.

В соответствии с п. 1 ст. 3 Закона 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.

Объектом рекламирования, согласно п.2 ст. 3 Закона о рекламе, 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.

Товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (п.3 ст.3 Закона о рекламе).

Объектом рекламирования в данном случае является средство индивидуализации товара – ресторан «Kellers», в том числе реализующий пиво марки «Kellers Gold» (товарный знак по свидетельству № 279704; правообладатель - ООО «Арта» на основании договора коммерческой концессии, зарегистрированного в Роспатенте 24.02.2011 года за номером РД0077232 по классу: 32-пиво; 35-продвижение товаров (для третьих лиц), услуги снабженческие для третьих лиц (закупка и обеспечение предпринимателей товарами)).

Согласно подпункту "г" пункта 3 статьи 1 Федерального закона от 18.07.2011 "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 N 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.

В соответствии с частью 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.

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.

В соответствии с разъяснениями Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации, изложенными в пункте 2 постановления от 01.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» при анализе информации на предмет наличия в ней признаков рекламы судам необходимо учитывать, что 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 товарного знака).

Согласно Протоколу осмотра Интернет-сайта официальной страницы в социальной сети «Вконтакте» от 10.05.2016 г., в ресторане «Kellers» реализуется несколько сортов пива марки «Kellers» (раздел «Меню Ресторана «Kellers»).

Для признания рекламы ненадлежащей не требуется наличие единогласного мнения или мнения абсолютного большинства потребителей рекламы, достаточно установить наличие значимого количества людей, воспринимающих рекламу как ассоциирующуюся с рекламой конкретного товара, в данном случае с рекламой пива.

Кроме того, в качестве одного из изобразительных элементов рассматриваемой рекламы присутствует графическое изображение товарного знака «Kellers Gold», полностью совпадающее с эмблемой ресторана «Kellers», реализующего, в том числе пиво указанной марки.

С целью недопущения ассоциативной связи у потребителя между алкогольным напитком марки «Kellers» и рестораном, у Общества имелась объективная возможность не размещать на рекламном макете графический элемент товарного знака и использовать иное художественное решение данной рекламной информации, для информирования неопределенного круга лиц о новом меню в ресторане.

Вместе с тем, при восприятии рассматриваемой рекламы ресторана у потребителя возникает ассоциация не только с рестораном «Kellers», но также и с товаром - пивом марки «Kellers» различные сорта, которого реализуется в ресторане. В связи с этим интерес неопределенного круга лиц направлен также на привлечение внимания как к пивному ресторану «Kellers», так и к пиву марки «Kellers».

В силу ч.1 ст.19 ФЗ «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 рекламодателем, с соблюдением требований настоящей статьи. 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.

П.5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе установлено, что 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.

Таким образом, при восприятии рассматриваемой рекламы ресторана у потребителя возникает ассоциация, в том числе с товаром - пивом марки «Kellers» различные сорта, которого реализуется в ресторане «Kellers». В связи с этим интерес неопределенного круга лиц направлен на привлечение внимания как к пивному ресторану «Kellers», так и к пиву марки «Kellers».

С учетом изложенного, рассматриваемая реклама содержит нарушение п.5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе. Данная позиция находит свое подтверждение в сложившейся судебной практике (например, Постановление Восьмого Арбитражного апелляционного суда, Федерального Арбитражного суда Западно-Сибирского округа по делу № А70-7870/2013).

Ответственность за нарушение требований ч.2 ст.21 Закона о рекламе несет

рекламораспространитель (ст. 38 Закона о рекламе).

В соответствии с п.7 ст.3 Закона о рекламе, рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рассматриваемая рекламная информация размещалась на основании Договора № 1.12.2015 РФ на оказание услуг по распространению рекламно-информационных материалов наружной рекламы от 01.12.2015 г., заключенного между ООО «Рекламные технологии» и ООО «Реста».

Во исполнение указанного договора ООО «Рекламные технологии» представлены: Приложение № 1/А от 01.12.2015 г. к указанному договору, Акт сдачи-приемки № 7521 от 31.12.2015 г., макет рекламной информации, п/поручение № 858 от 2.12.2015 г.

Таким образом, рекламораспространителем данной рекламы является ООО «Рекламные технологии».

Согласно материалам дела рассматриваемая реклама размещалась на определенный срок: в период с 01.12.2015 г. по 31.12.2015 г.

Решением Комиссии от 26.09.2016 г. ООО «Рекламные технологии» признано нарушившим требования:

- 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.38 Федерального закона «О рекламе», нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Время совершения административного правонарушения – с 1 по 31 декабря 2015 г.

Место совершения административного правонарушения – г. Новосибирск.

Согласно ч. 1 ст. 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях, нарушение рекламоделателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 4 настоящей статьи, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, влечет наложение административного штрафа на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Из материалов дела, следует, что у ООО «Рекламные технологии» имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все

зависящие от него меры по их соблюдению.

Согласно ч.3 ст.2.1 Кодекса РФ об административных правонарушениях назначение административного наказания юридическому лицу не освобождает от административной ответственности за данное правонарушение виновное физическое лицо, равно как и привлечение к административной или уголовной ответственности физического лица не освобождает от административной ответственности за данное правонарушение юридическое лицо.

Срок давности привлечения общества с ограниченной ответственностью ООО «Рекламные технологии» к административной ответственности на момент вынесения настоящего постановления не истек.

На рассмотрении административного дела представитель ООО «Рекламные технологии» поддержала позицию, изложенную ранее при рассмотрении дела № 80/16 Комиссией Новосибирского УФАС России.

Согласно п.3. ст. 3.4 Кодекса РФ об административных правонарушениях, 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 может быть заменено являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицу, осуществляющему предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, или юридическому лицу, а также их работникам на предупреждение в соответствии со статьей 4.1.1 настоящего Кодекса.

На основании п.1 ст.4.1.1. Кодекса РФ об административных правонарушениях, 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 п.2. ст. 3.4 Кодекса РФ 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.

Новосибирским УФАС России не установлено наличие повторного совершения однородного административного правонарушения, то есть

совершение административного правонарушения в период, когда лицо считается подвергнутым административному наказанию в соответствии со статьей 4.6 Кодекса РФ об административных правонарушениях за совершение однородного административного правонарушения.

Материалами дела подтвержден факт принадлежности ООО «Рекламные технологии» к субъектам малого предпринимательства (включение в Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства - 01.08.2016 г.).

Согласно п.3.5. ст. 4.1. Кодекса РФ об административных правонарушениях, административное наказание в виде предупреждения назначается в случаях, если оно предусмотрено соответствующей статьей раздела II настоящего Кодекса или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, за впервые совершенные административные правонарушения при отсутствии причинения вреда или 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.

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. При повторном совершении однородного административного правонарушения в течение года с момента вынесения административного наказания в виде предупреждения данное правонарушение будет являться обстоятельством, отягчающим ответственность за административное правонарушение (п. 2 ч. 1 ст. 4.3 Кодекса).

В силу ч. 1 ст. 1.7 Кодекса РФ об административных правонарушениях, лицо, совершившее административное правонарушение, подлежит ответственности на основании закона, действовавшего во время совершения административного правонарушения.

П. 2 ст. 1.7 Кодекса РФ об административных правонарушениях, установлено, что 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.

Учитывая характер правонарушения, материальное положение, наличие смягчающих обстоятельств (нарушение совершено впервые), при отсутствии отягчающих обстоятельств, установленных ст.4.3 Кодекса РФ об административных

правонарушениях, руководствуясь ст.14.3, 23.48 Кодекса РФ об административных правонарушениях

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать Общество с ограниченной ответственностью «Рекламные технологии» (юридический адрес: 630099, г. Новосибирск, ул. Депутатская, д. 48, ИНН 5406225935, ОГРН 1025402492059, дата регистрации в качестве юридического лица: 26.12.2002 г.) виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

2. Применить к ООО «Рекламные технологии» меру ответственности в виде предупреждения.

Постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в соответствии со статьями 30.1 – 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

В соответствии со ст. 29.11 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, резолютивная часть Постановления объявлена немедленно.