

ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 06-123/15

о назначении административного наказания

«20» октября 2015 г.
Новосибирск

г.

Я, и.о.заместитель руководителя - начальника отдела рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Новосибирской области И.В. Волохина, рассмотрев протокол № 06-123/15 от «25» сентября 2015 г. об административном правонарушении и материалы административного дела, возбужденного в отношении менеджера ООО «Альт» «...» «...» 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: «...»,

УСТАНОВИЛ:

01.06.2015 г. в Новосибирское УФАС России поступило обращение Комитета рекламы и информации мэрии г. Новосибирска (вх. № 5084), 09.06.2015 г. поступило обращение физического лица (вх. № 3390) по факту размещения на фасаде здания магазина по адресу: г. Новосибирск, ул. Киевская, д. 14 к. 1 рекламы алкогольной продукции, с признаками нарушения Закона о рекламе.

Новосибирским УФАС России в ходе рассмотрения указанных обращений установлено, что на фасаде сооружения, расположенного по адресу: г. Новосибирск, ул. Киевская, д. 14 к. 1 («Пивоварня», сеть разливных напитков), размещался баннер с информацией следующего содержания:

«Пиво ТМ «Барнаульское бочковое» непастеризованное (Эмблема «Барнаульский пивоваренный завод»)/ Живое пиво «Барнаульское бочковое непастеризованное» Это – мягкое пиво, сваренное по классическому рецепту. В результате длительного созревания пиво насыщается естественной углекислотой, поэтому обладает более полным солодовым вкусом и хмельным ароматом. Исключение этапа пастеризации позволяет наслаждаться его живым и полным вкусом. /Пиво «Барнаульское бочковое непастеризованное» - это исключительно свежий продукт, срок хранения пива в кеге-бочке – 8 суток. / Тип: светлое пиво низового брожения / Экстрактивность начального сусла 11% /Алкоголь 4,3 об./ Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью», с изображением стакана с логотипом рекламируемого пива и пивного бочонка.

Указанный баннер закреплен с использованием металлических креплений к фасадной стене сооружения магазина (Акт фиксации информации от 11.06.2015 г.).

Согласно п.1 ст.3 Закона о рекламе, реклама - 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 рекламной, т.к. привлекает внимание неопределенного круга лиц к товару (пиву определенной марки), изображенному на рекламе и предлагаемому к

реализации определенным продавцом, и способствует его продаже, что в полной мере соответствует определению, указанному в Законе о рекламе.

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 пиво марки «Барнаульское бочковое».

Таким образом, указанная информация, является рекламной, поскольку содержит в себе все юридически значимые признаки определения рекламы.

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 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.

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.

Поскольку рассматриваемая реклама размещена на фасадной части здания магазина, то данные обстоятельства указывают на нарушение п.5 ч.2 ст.21 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение требований ч. 2 ст.21 Закона о рекламе несет рекламодатель (ст. 38 Закона о рекламе).

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

Согласно информации, предоставленной Комитетом рекламы и информации мэрии г. Новосибирска (вх. № 6618 от 20.07.2015 г.), разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на рассматриваемую рекламу не выдавалось.

При этом, ООО «Альт» (юридический адрес: 630052, г. Новосибирск, ул. Троллейная, д.85, ОГРН: 1115476105546 от 09.09.2011 г., ИНН: 5404444716) выдано предписание о прекращении нарушения порядка установки и (или) эксплуатации рекламных и информационных конструкций.

Кроме того, Актом фиксации информации антимонопольного органа установлено, что согласно вывеске деятельность в магазине по адресу: г. Новосибирск, ул. Киевская, д. 14 к. 1, осуществляет ООО «Альт», что подтверждается соответствующим фискальным чеком № 6506 от 14.06.2015 г.

Также, согласно материалам дела, земельный участок на котором размещен рассматриваемый торговый павильон, в котором осуществляется реализация пива (адрес: г. Новосибирск, ул. Киевская, д. 14 к. 1), арендует ООО «Маячок» у мэрии г. Новосибирска на основании Договора аренды земельного участка для размещения нестационарного объекта № 111458а от 22.05.2012 г.

В свою очередь, между ООО «Маячок» (арендодатель) и ООО «Альт» (арендатор) заключен Договор аренды № 07/2.2014 по которому арендодатель передает, а арендатор принимает в аренду недвижимое имущество, расположенное по адресу: г. Новосибирск, ул. Киевская, (14) под магазин, закусную.

На рассмотрении дела представитель Общества «...» пояснил, что он является менеджером в ООО «Альт» и самостоятельно принял решение о размещении рассматриваемой рекламы.

«...». произвел заказ рекламного баннера «Бочковое» у ООО «Асгард групп» на основании Договора о предоставлении услуг № 087, оплатил работы по Квитанции от 05.05.2015 г.

«...». представлен Приказ о его приеме на работу № 6 от 01.07.2014 г. в ООО «Альт» на должность менеджера, заключенный Трудовой договор № 11 от 01.07.2014 г.

При этом, согласно требованиям ст. 402 Гражданского Кодекса РФ (далее – ГК РФ), действия работников должника по исполнению его обязательства считаются действиями должника. Должник отвечает за эти действия, если они повлекли

неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательства.

В [ст. 1068](#) ГК РФ предусмотрено, что юридическое лицо возмещает вред, причиненный его работником при исполнении трудовых (служебных, должностных) обязанностей. В этих случаях действия работников рассматриваются как действия работодателя, а юридическое лицо несет ответственность за действия своих

Принимая во внимание вышеизложенное, ООО «Альт» является рекламодателем рассматриваемой рекламы.

В связи с тем, что нарушение п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе ООО «Альт» устранены, Комиссия Новосибирского УФАС России считает выдачу предписания об устранении нарушения законодательства РФ о рекламе нецелесообразным.

Согласно п.4 ст. 3 Закона о рекламе, ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации. Ненадлежащая реклама не допускается.

Решением Комиссии Новосибирского УФАС России от 01.10.2015 г. ООО «Альт» 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 рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламодателем законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с [законодательством](#) Российской Федерации об административных правонарушениях.

Согласно ч. 1 ст. 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем [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 должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей.

Время совершения административного правонарушения – июнь 2015 г.

Место совершения административного правонарушения – г. Новосибирск.

Согласно трудовому договору и Приказу о приеме на работу ответственным за данное правонарушение является менеджер ООО «Альт» «...».

На рассмотрении настоящего дела менеджер ООО «Альт» «...» свою вину в совершении данного правонарушения признал. Руководством ООО «Альт» проведена разъяснительная работа по недопущению нарушения законодательства РФ о рекламе.

Должностным лицом каких-либо исключительных обстоятельств, позволяющих отнести нарушение к малозначительным, не усматривается.

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

Согласно ч. 3 ст. 2.1 КоАП РФ, 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 для привлечения к административной ответственности «...» не истек.

Учитывая характер правонарушения, материальное положение, наличие смягчающих обстоятельств (нарушение совершено впервые, приняты меры по устранению нарушения), при отсутствии отягчающих обстоятельств, установленных ст. 4.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях, руководствуясь статьями 14.3, 23.48 Кодекса РФ об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать менеджера ООО «Альт» «...» виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

2. Применить к «...» меру ответственности в виде административного штрафа в размере 4000 (четыре тысячи) рублей.

Согласно части 1 статьи 32.2 Кодекса РФ об административных правонарушениях, административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 Кодекса РФ об административных правонарушениях на р/с 40101810900000010001 в Сибирское ГУ Банка России, БИК 045004001, получатель: УФК по Новосибирской области (Новосибирское УФАС России), ИНН 5405116098 / КПП 540501001, код БК 161 1 16 26000 01 6000 140, ОКТМО 50701000 назначение платежа: административный штраф за нарушение законодательства о рекламе.

В соответствии с частью 5 статьи 3.5 Кодекса РФ об административных правонарушениях, сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме.

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

Согласно части 1 статьи 20.25 Кодекса РФ об административных

правонарушениях, неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа, но не менее одной тысячи рублей, либо административный арест на срок до пятнадцати суток, либо обязательные работы на срок до пятидесяти часов.

В силу ст. 29.11 Кодекса РФ об административных правонарушениях, резолютивная часть данного Постановления по делу об административном правонарушении объявлена немедленно по окончании рассмотрения дела.