

**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ
ПО ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ**

148, г. Тюмень, ул. Холодильная, 58а

тел. 50-31-55

ПОСТАНОВЛЕНИЕ № А17/315-14.3

о назначении административного наказания
за нарушение законодательства о рекламе

30.08.2017г.

г. Тюмень

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области (далее - Тюменское УФАС России), <...>, рассмотрев материалы дела №А17/315-14.3 возбужденного в отношении индивидуального предпринимателя <...> (адрес регистрации: <...>, г.Екатеринбург, ул. Машиностроителей, д. <...>, <...> г.р., место рождения: <...>, <...>), надлежащим образом уведомленного о времени и месте рассмотрения дела об административном правонарушении, в присутствии представителя <...> – <...> (предъявлен паспорт гражданина РФ, доверенность б/н от 01.01.2017), которому права лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, закрепленные ст.25.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ, Кодекс) разъяснены,

УСТАНОВИЛ:

Решением Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия) №Р17/05-21 от 21.06.2017 признана ненадлежащей реклама, алкогольной продукции, распространяемой с использованием рекламной конструкции по адресу: г. Тюмень ул. Фабричная, д. <...>, поскольку в ней нарушены требования п. 8 ст. 7, п. 5 ч. 2, ч. 3 ст. 21 Федерального закона от 13.03.06 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

Ответственность за распространение ненадлежащей рекламы предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ, Кодекс).

Исследовав материалы административного дела, установлено следующее.

Согласно статье 3 Закона о рекламе, рекламой является информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирования или поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке. Под объектом рекламирования понимается 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.

В данной рекламе, распространяемой с использованием рекламной конструкции на фасаде здания по адресу г. Тюмень ул. Фабричная, д. <...>, следующего содержания: «П» сеть добродушных магазинов мы вам рады добро пожаловать 18 сортов пенного самые дешевые сами знаете что натуральный лимонад квас Экономьте с «П» Незамерзайка 129 99 90 Вода питьевая <...> Масло «О» 104 89 90 корм «К» 15 11 90 Самые дешевые сами – знаете - что» с изображением бочки с руками, ногами, глазами, ртом, носом, а так же пачки прямоугольной формы бело красного цвета, информация направлена на привлечение внимания потребителей именно к магазину разливных напитков «П», а так же непосредственно к продукции реализуемой данным магазином: «18 сортов пенного, натуральный лимонад, квас».

Информация, размещенная на вышеуказанном баннерном панно, является рекламой, поскольку не только предоставляет информацию потребителю в соответствии с Законом о защите прав потребителей, но и своей манерой исполнения, и использованием определения товара (пенное) положительно характеризующего его, привлекательное по своим свойствам, способствует реализации товара.

Поскольку слова «лимонад» и «квас» не являются именами существительными среднего рода, а указанное в рекламе выражение употребляется в среднем роде, то, исходя из сложившейся практики реализации разливных напитков, указанное выражение относится к характеристикам пива и при этом способствует реализации товара.

Таким образом, информация, распространяемая с использованием рекламной конструкции по адресу: г. Тюмень, ул. Фабричная, <...>, соответствует понятию, изложенному в ст. 3 Федерального закона «О рекламе» и является рекламой, где объектом рекламирования, является магазин разливных напитков «П», а так же непосредственно сама продукция реализуемая данным магазином: «18 сортов пенного,

натуральный лимонад, квас».

В соответствии с п. 16 Информационного письма Президиума ВАС РФ от 25.12.1998 № 37 «Обзор Практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе», 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 N 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.

Согласно Федеральному закону от 22.11.1995 N 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции», алкогольная продукция - 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, коньяк), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

[Пунктом 5 ч. 2 ст. 21](#) Закона о рекламе предусмотрено, 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.

Согласно ч. 4 ст. 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.

Указание рекламодателем сведений о реализуемом товаре, а именно: «пенного, свежего, вкусного, разливного», не являющихся обычаям делового оборота, либо информацией, раскрытие которой является обязательной в силу закона, но позволяющих идентифицировать объект рекламирования (товар, продавец товара), на который распространяются специальные требования и ограничения, расценивается антимонопольным органом как распространение рекламы продавца алкогольной продукции и его товара, следовательно, требования и ограничения, установленные Законом о рекламе, подлежат применению.

Распространяемая информация направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к продавцу алкогольной продукции: магазину разливных напитков «П», формирование и поддержание интереса у потенциального потребителя рекламы к объекту рекламирования и продвижение его на соответствующем товарном рынке.

Поскольку объектом рекламирования в данном случае является магазин разливных напитков «П» и реализуемый им товар (алкогольная продукция), то их реклама 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.

Согласно ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе, реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

Вместе с тем, как установлено материалами дела (акт осмотра от 11.01.2016), реклама продавца алкогольной продукции не сопровождается предупреждением о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции

Кроме того, в соответствии с п. 8 ст. 7 Закона о рекламе, не допускается реклама табака, табачной продукции, табачных изделий и курительных принадлежностей, в том числе трубок, кальянов, сигаретной бумаги, зажигалок.

Вместе с тем, в спорной рекламе используется изображение предмета прямоугольной формы бело-красного цвета сопровождаемое следующими словами: «Самые дешевые сами – знаете – что». Учитывая

форму изображения, цветовое оформление, а также сопровождающее выражение, создается впечатление рекламы конкретной марки сигарет «М».

Таким образом, рассматриваемая реклама, не соответствует требованиям п.8 ст.7, [п. 5 ч. 2, ч. 3 ст. 21](#) Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», поскольку размещается с использованием технического средства стабильного территориального размещения (рекламная конструкция) и без сопровождения предупреждением о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции, а так же направлена на привлечение внимания к табачной продукции.

Согласно части 4 статьи 38 Закона о рекламе, нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе влечет ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с ч. 6, 7 ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований ч. 3 ст. 21 и ч. 5 ст. 5 Закона о рекламе несет рекламодатель. За нарушение требований ч. 2, 3 ст. 21 несет рекламораспространитель.

Материалами дела №Р17/05-21 установлено, что рекламодателем и рекламораспространителем является индивидуальный предприниматель <...> (адрес регистрации: <...>, г.Екатеринбург, ул. Машиностроителей, <...>, <...> г.р., место рождения: <...>, <...>).

Таким образом, рекламораспространитель, неся ответственность за распространение рекламы, должен обеспечить соблюдение требований законодательства о рекламе.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, нарушение рекламодателем, 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 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.

Субъектом административного правонарушения по делу № А17/315-14.3 выступает – индивидуальный предприниматель <...> (адрес регистрации: 620039, г.Екатеринбург, ул. Машиностроителей, <...>, <...> г.р., место рождения: <...>, <...>).

Вина ИП <...> состоит в том, что он не выполнил установленных Законом о рекламе требований и не предпринял всех зависящих от него мер по их соблюдению.

Объективные обстоятельства, делающие невозможным исполнение установленных законом требований, при рассмотрении дела не установлены.

Таким образом, ИП <...>, распространяя вышеуказанную рекламу, с нарушением рекламного законодательства, совершил административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с частью 1 статьи 2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое настоящим Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Место совершения административного правонарушения – г. Тюмень.

Время совершения административного правонарушения - с 11.01.2017 г. по 15.08.2017г.

Дело об административном правонарушении № А17/315-14.3 в соответствии с ч. 3 ст. 4.1 КоАП РФ рассматривалось с учетом характера совершенного ИП <...> административного правонарушения, обстоятельств, смягчающих и отягчающих административную ответственность.

Обстоятельств, свидетельствующих о малозначительности совершенного правонарушения, при рассмотрении дела не установлено.

Вместе с тем, Федеральным законом от 03.07.2016 N 316-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» статья 4.1. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях дополнена статьей 4.1.1, устанавливающей, 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.

Согласно статье 4 Федерального закона «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» к субъектам малого и

среднего предпринимательства относятся внесенные в единый государственный реестр юридических лиц потребительские кооперативы и коммерческие организации (за исключением государственных и муниципальных унитарных предприятий), а также физические лица, внесенные в единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица (далее - индивидуальные предприниматели), крестьянские (фермерские) хозяйства.

Согласно сведениям из Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства ИП Васильев К.В. относится к категории микро предприятие и внесен в реестр 01.08.2016г.

Согласно части 2 статьи 3.4 Кодекса Российской Федерации 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.

ИП Васильев К.В. впервые совершил нарушение рекламного законодательства, материалы, свидетельствующие о причинении имущественного ущерба либо вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, отсутствуют.

С учетом изложенного административное наказание И П <...> в виде административного штрафа, предусмотренное частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, подлежит замене на предупреждение.

С учетом положений ч. 1 ст. 3.1 КоАП РФ, закрепившей цели административного наказания, предупреждение является официальным предостережением лица от возможности совершения им противоправного действия.

Применение предупреждения влечет для нарушителя соответствующие правовые последствия. Лицо, которому назначено предупреждение, считается подвергнутым данному наказанию в течение одного года со дня окончания исполнения постановления о назначении предупреждения. Если в течение года такое лицо совершит новое административное

правонарушение, то к нему может быть применено более строгое административное наказание

Руководствуясь статьями 4.1.1., 4.1, 23.48, 29.9, 29.10, а также статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать И П <...> виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. В соответствии со статьей 4.1.1. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях объявить И П <...> (адрес регистрации: <...>, <...>, г.Екатеринбург, ул. Машиностроителей, д. <...> <...> г.р., место рождения: <...>, <...>) официальное порицание в форме предупреждения за нарушение требований части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

- 3 статьи 30.1. и частью 1 статьи 30.3. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях предусмотрено, что постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в Арбитражный суд в течение 10 суток со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 31.1. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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.

Заместитель
руководителя управления

<...>

