УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ

ПО ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

625048, г. Тюмень, ул. Холодильная, 58а тел. 50-31-55

П О С Т А Н О В Л Е Н И Е № А18/523-14.3

о назначении административного наказания

за нарушение законодательства о рекламе

21.01.2019г. г. Тюмень

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области (далее - Тюменское УФАС России) <…>, рассмотрев материалы дела №А18/523-14.3, возбужденного в отношении ООО <…> (адрес места нахождения: 603002, г. Нижний Новгород, ул. Канавинская, 25, ОГРН 1025202393677, ИНН/КПП 5257056036/525701001, дата регистрации: 15.04.2002г.), в присутствии представителя (защитника) ООО «Альбион-2002» - <…> (доверенность б/н от 07.12.2018г.), 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,

У С Т А Н О В И Л:

Решением Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе № Р18/30-21 от 01.08.2018г. признана ненадлежащей реклама алкогольной продукции - пива «Балтика», размещавшаяся в оконных проемах магазина «Бристоль», расположенного по адресу: г. Тюмень, ул. 50 лет Октября, 21, поскольку в ней нарушены требования ч. 3 ст. 21, п. 5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона от 13.03.06 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

Вышеупомянутое решение Комиссии ООО <…> в арбитражном суде не обжаловало. Ответственность за распространение ненадлежащей рекламы предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Исследовав материалы административного дела, установлено следующее.

В соответствии со статьей 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. Объект рекламирования – товар, средство его индивидуализации, 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.

Согласно Международному кодексу рекламной практики под потребителем рекламы понимается «любое лицо, которому адресуется реклама или которого она сможет достичь, вне зависимости от того, является ли оно конечным потребителем, торгующим субъектом или пользователем». Экономической целью размещения рекламы, является продвижение и продажа товара (работ, услуг) оптовому покупателю и конечному потребителю.

23.04.2018 г. был произведен осмотр места нахождения указанного магазина, в ходе которого установлено, что, в оконных проемах справа от входной группы размещены рекламные плакаты обращенные изображением на улицу с изображением стакана с жидкостью свето-коричневого цвета и пенной шапкой, на стакане изображен товарный знак «Балтика» на плакате имеется надпись, следующего содержания: «Варим пиво на любой вкус».

Таким образом, вышеуказанная информация является рекламой, где объектом рекламирования выступает пиво торговой марки «Балтика», поскольку из указанной рекламы не следует, что объектом рекламирования является безалкогольное пиво указанной торговой марки.

Частью 3 статьи 21 Закона о рекламе, предусмотрено, что 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).

Согласно Пленуму Высшего Арбитражного Суда РФ №58 от 08.10.2012 г., рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако, при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

Поэтому, если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегль), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования.

При этом, оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

В рассматриваемой рекламе предупреждающая надпись о вреде чрезмерного употребления алкоголя выполнена на синем фоне буквами белого цвета, при этом ее исполнение (вытянутый шрифт) не позволяют прочесть ее содержание, более того, на отдаленном расстоянии данная надпись не видна.

Формальное нанесение предупреждения о вреде чрезмерного употребления алкоголя не является исполнением установленных Законом о рекламе требований, направленных на доведение данной информации до потребителя, а, следовательно, предупреждающая надпись отсутствует.

Таким образом, учитывая вышеизложенное, в рассматриваемой рекламе

нарушены требования части 3 статьи 21 Закона о рекламе.

Пунктом 5 части 2 статьи 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.

Как видно из фотографий, являющихся приложением к актам осмотра от 20.03.2018 и 23.04.2018, имеющихся в материалах дела №Р18/30-21, рассматриваемая реклама обращена наружу и направлена на привлечение внимания потребителей рекламы, находящихся именно на улице, а не в помещении магазина.

Техника нанесения рекламы и ее размещение позволяют сделать вывод, что окна магазина используются в качестве наружной рекламной конструкции. Следовательно, рассматриваемая реклама размещена с использованием средств стабильного территориального размещения, а именно на конструктивном элементе здания – оконном проеме.

Следовательно, в рассматриваемой рекламе нарушены требования пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе, поскольку данная реклама алкогольной продукции размещалась с использованием технического средства стабильного территориального размещения (рекламная конструкция) оконного проема здания.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований части пункта 5 части 2 и части 3 статьи 21 Закона о рекламе несет рекламораспространитель

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

Как установлено материалами дела, рекламораспространителем рассматриваемой рекламы, является, ООО <…> (адрес места нахождения: г. нижний Новгород, ул. Канавинская, 25, ОГРН 1025202393677, ИНН/КПП 5257056036/525701001).

Таким образом, в действиях ООО <…>, как рекламораспространителя вышеуказанной рекламы, содержатся нарушения требований пункта 5 части 2 и части 3 статьи 21 Закона о рекламе.

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

Таким образом, рекламодатель, 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.

Юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых КоАП РФ или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению (ч.2 ст.2.1 КоАП РФ).

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 с нарушением требований законодательства о рекламе, а именно: ч.2,3 ст.21 Закона о рекламе.

Правонарушение, предусмотренное ч.1 ст.14.3 КоАП РФ, представляет существенную угрозу охраняемым общественным отношениям пренебрежительным отношением лица к исполнению своих публично- правовых обязанностей, к требованиям, предусмотренным Законом о рекламе, что посягает на установленный порядок в области распространения рекламы.

Ч.1 ст.14.3 КоАП РФ предусматривает наступление административной ответственности вне зависимости от наличия/отсутствия отрицательных последствий распространения ненадлежащей рекламы.

Субъектом административного правонарушения по делу № А18/523-14.3 выступает – ООО <…> (адрес места нахождения: 603002, г. Нижний Новгород, ул. Канавинская, 25, ОГРН 1025202393677, ИНН/КПП 5257056036/525701001, дата регистрации: 15.04.2002г.).

Вина ООО <…> состоит в том, что оно не выполнило установленных Законом о рекламе требований и не предприняло всех зависящих от него мер по их соблюдению.

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

Таким образом, ООО <…>, распространяя вышеуказанную рекламу, с нарушением рекламного законодательства, совершило 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, установленное материалами дела – город Тюмень.

Время совершения административного правонарушения, установленное материалами дела №Р18/30-21 – с 20.03.2018г. по 01.08.2018г.

Дело об административном правонарушении № А18/523-14.3 в соответствии с ч. 3 ст. 4.1 КоАП РФ рассматривалось с учетом характера совершенного ООО <…> административного правонарушения, обстоятельств, смягчающих и отягчающих административную ответственность.

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

Пунктом 18 Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникающих в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» предусмотрено, что малозначительность имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям. Такие обстоятельства, как, например, личность и имущественное положение привлекаемого к ответственности лица, добровольное устранение последствий правонарушения, возмещение причиненного ущерба, не являются обстоятельствами, свидетельствующими о малозначительности правонарушения.

Безразличное отношение лица к своим публично-правовым обязанностям, которые установлены действующим законодательством, свидетельствует о существенной угрозе охраняемым общественным отношениям. Следовательно, признать допущенное ООО <…> правонарушение в качестве малозначительного недопустимо.

ООО <…> вменяемое правонарушение признает, просит учесть тот факт, что размещение рекламы было прекращено.

На основании изложенного, принимая во внимание доказанность имеющимися материалами дела события и состава допущенного ООО <…> административного правонарушения, руководствуясь статьями 2.10, 4.1, 4.5, 14.3, 23.48, 29.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

П О С Т А Н О В И Л:

1. Применить к ООО <…> (адрес места нахождения: 603002, г. Нижний Новгород, ул. Канавинская, 25, ОГРН 1025202393677, ИНН/КПП 5257056036/525701001, дата регистрации: 15.04.2002г.), меру ответственности в виде административного штрафа в размере 101 000 (сто одна тысяча) рублей за совершение правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3. КоАП РФ.

2. Сумму штрафа надлежит уплатить по следующим реквизитам:

Наименование получателя: Управление федерального казначейства Министерства финансов России по Тюменской области (Тюменское УФАС России)

ИНН 7202081799, КПП 720301001

счет 40101810300000010005

банк получателя: отделение Тюмени г. Тюмень

БИК 047102001, ОКТМО 71701000

код бюджетной классификации – 161 116 26000 01 6000 140

УИН: 16117012100001511083

Назначение платежа: «Нарушение ч.1 ст.14.3 КоАП РФ».

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП 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 соответствии с пунктом 3 части 1 и частью 3 статьи 30.1 КоАП, а также частью 1 статьи 30.3 КоАП постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно статьи 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.

Заместитель

руководителя управления <…>