ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания

по делу № 058/04/14.3-597/2020
об административном правонарушении

03 сентября 2020 года **г. Пенза, ул. Урицкого, 12**

ководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Пензенской области, смотрев протокол и материалы дела об административном правонарушении № 04/14.3-597/2020, возбужденного в отношении индивидуального предпринимателя , по у нарушения пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № З «О рекламе», установленному решением Пензенского УФАС России от 09.07.2020г. по № 058/05/21-371/2020, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 екса РФ об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ),

УСТАНОВИЛ:

рассмотрение поступил протокол от 20.08.2020 № 058/04/14.3-597/2020 об инистративном правонарушении, составленный главным специалистом-экспертом ела антимонопольного контроля и рекламы Управления Федеральной антимонопольной кбы по Пензенской области (далее – Пензенское УФАС России) в отношении ИП , в связи вершением деяния, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 екса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП РФ).

отокола об административном правонарушении от 20.08.2020 № 058/04/14.3-597/2020 и ериалов дела следует.

енским УФАС России было рассмотрено дело № 058/05/21-371/2020 о нарушении нодательства о рекламе в отношении ИП по факту нарушения пункта 5 части 2, части статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее ФЗ «О аме»).

пространяемая ИП реклама решением Комиссии Пензенского УФАС России от 09 июля года в соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» признана ненадлежащей.

оответствии с частью 1 статьи 28.1 КоАП РФ непосредственное обнаружение кностными лицами, уполномоченными составлять протоколы об административных вонарушениях, достаточных данных, указывающих на наличие события инистративного правонарушения, является поводом к возбуждению дела об инистративном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 настоящего Кодекса.

рассмотрении настоящего дела ИП не присутствовал. В адрес Пензенского УФАС сии представил ходатайство о рассмотрении данного административного дела без его стия. Кроме того, факт нарушения законодательства о рекламе признал. Каких-либо тайств не заявлял.

смотрев материалы настоящего административного дела, прихожу к следующему.

г совершения ИП действий по распространению ненадлежащей рекламы доказан в

е рассмотрения дела о нарушении законодательства о рекламе и подтверждается дставленными доказательствами.

материалов настоящего административного дела и дела о нарушении нодательства о рекламе № 058/05/21-371/2020 следует, что в Пензенское УФАС России упило обращение Администрации города Кузнецка Пензенской области по поводу пространения в городе Кузнецке рекламы алкогольной продукции (пива), с нарушением нодательства о рекламе.

нием Комиссии установлено, что что на внешних стенах торговых объектов азинов), находящихся на территории г. Кузнецка по адресам: г. Кузнецк, ул. Рабочая, и г. Кузнецк, ул. Осипенко, д.29, размещены два рекламных баннера следующего ержания:

mель&Bar www.hmelbar.ru 30 сортов разливных напитков (с изображением торговых ок пива «Визит», «Самко», «Трехсосенский»…). Чрезмерное употребление алкоголя дит вашему здоровью (с изображением бочонка, кружки с пенным напитком и сьев)»;

мельбург частная пивоварня (с изображением торговых марок пива «Визит», «Самко», хсосенский», «Konix»...). 18+ Чрезмерное употребление пива вредит вашему здоровью (с ражением бутылок с названием «Жигулевское пиво» и стаканов с пенным напитком)».

оответствии со статьёй 3 ФЗ «О рекламе» рекламой является информация, пространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, есованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к екту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его движение на рынке.

ответствии с письмом ФАС России от 05.04.2007 № АЦ/4624, под неопределенным кругом понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя амной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу лизации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как дназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе анного о неком лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых ама направлена.

сматриваемая информация по своему содержанию и целевой направленности ется рекламой, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на лечение внимания к объектам рекламирования, формирование или поддержание реса к ним и их продвижение на рынке.

асно пункту 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе», объект рекламирования – товар, средства ивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, льтаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное евнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на лечение внимания к которым направлена реклама.

ектом рекламирования в рассматриваемом случае является средства ивидуализации товара, а также сама алкогольная продукция – «Жигулевское пиво» и , выпускаемое под брендом: «Визит», «Самко», «Трехсосенский», «Konix».

асно пункту 7 статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 №171 «О государственном лировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и

ртосодержащей продукции и об ограничении потребителя (распития) алкогольной дукции» под алкогольной продукцией понимается пищевая продукция, которая изведена с использованием или без использования этилового спирта, произведенного ищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции, с содержанием ового спирта более 0,5 процентов объема готовой продукции, за исключением эвой продукции в соответствии с перечнем, установленным Правительством сийской Федерации. Алкогольная продукция подразделяется на такие виды, как отные напитки (в том числе водка), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино мпанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива.

м образом, к алкогольной продукции относится пиво с содержанием этилового спирта е 0,5 процентов объема готовой продукции.

ум ВАС РФ в пункте 2 Постановления от 08.10.2012 г. № 58 «О некоторых вопросах ктики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указал, размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с еделенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту амирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в анных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару таточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака).

ответствии с пунктом 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной дукции не должна размещаться с использованием технических средств стабильного ориториального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на ших, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений вне их.

кольку Федеральный закон «О рекламе» (в том числе статья 19) не содержит ерпывающего перечня видов рекламных конструкций, в связи с чем рекламной трукцией является любое техническое средство стабильного размещения. В спорном ае все рассматриваемые в рамках дела рекламные надписи (изображения) были есены на внешних стенах торговых объектов (магазинов) и, соответственно, были равлены на привлечение внимания неопределенного круга лиц – потребителей анной рекламы, что нарушает пункт 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

ответствии с частью 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции с ержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции решается только в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется ничная продажа алкогольной продукции, в том числе в дегустационных залах таких овых объектов.

под торговой маркой «Визит», «Самко», «Трехсосенский», «Konix» выпускается также с ержанием этилового спирта пять и более процентов. В соответствии с частью 4 статьи 3 «О рекламе», специальные требования и ограничения, установленные Федеральным оном в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на аму средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за ючением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его товителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого тоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения. довательно, запреты, установленные для распространения рекламы пива «Визит», мко», «Трехсосенский», «Konix» с 5% содержанием спирта, также распространяются на аму с использованием данных торговых марок пива.

рушение требований части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе» рассматриваемая в рамках оящего дела реклама Жигулевского пива и пива торговых марок «Визит», «Самко», хсосенский», «Konix» распространяется вне стационарного торгового объекта.

иси: «30 сортов разливных напитков», «Визит», «Самко», «Трехсосенский», «Konix», ражение бутылок с названием «Жигулевское пиво» и стаканов с пенным напитком, оциируется с алкогольной продукцией (пивом) и формирует у потребителей рекламы но интерес к пиву, алкогольной продукции.

ме того, воспроизведенная в рассматриваемой рекламе информация, размещенная на ших стенах торговых объектов (магазинов), т.е. представленная значительной части еления г. Кузнецка, очевидно ассоциируется у потребителя, в силу закона, сящегося к взрослой возрастной категории, с алкогольной продукцией, по своему ержанию привлекает интерес к пиву «Жигулевское», «Визит», «Самко», «Трехсосенский», ix». Данная информация направлена на привлечение внимания и поддержание реса к алкогольной продукции. Следовательно, такая информация является рекламой гольной продукции, а поэтому должна соответствовать специальным требованиям и ничениям, установленным статьей 21 ФЗ «О рекламе».

м образом, учитывая вышеизложенные обстоятельства, реклама алкогольной укции, распространяемая на внешних стенах торговых объектов (магазинов), дящихся на территории г. Кузнецка по адресам: г. Кузнецк, ул. Рабочая, 180 и г. ецк, ул. Осипенко, д.29 нарушает требования пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 ФЗ екламе».

асно пункту 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям нодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

асно части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за ушение требований, установленных частями 2-5 статьи 21 настоящего закона несет аморараспространитель.

тельность по вышеуказанным адресам осуществляет индивидуальный едприниматель, основной вид деятельности по ОКВЭД – 47.25.12 «Торговля розничная ом в специализированных магазинах».

м образом, рекламораспространителем вышеуказанной рекламы является ИП

ствия ИП были квалифицированы Комиссией Пензенского УФАС России по смотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, как нарушение бований пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе», а распространяемая ама признана ненадлежащей.

основании части 1 статьи 14.3 Кодекса об административных правонарушениях сийской Федерации (далее – КоАП РФ) нарушение рекламодателем, амопроизводителем и рекламораспространителем законодательства о рекламе, за ючением случаев, предусмотренных частями 2-6 настоящей статьи, частью 4 статьи 1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, - влечет наложение инистративного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот ей; на должностных лиц – от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических от ста тысяч рублей до пятисот тысяч рублей.

то совершения административного правонарушения: Пензенская обл., г. Кузнецк, ул. очая, 180 и г. Кузнецк, ул. Осипенко, д.29.

ля совершения административного правонарушения: май 2020 года.

м образом, в действиях ИП , содержится состав административного правонарушения, тственность за которое наступает по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

ответствии с частью 1 статьи 3.1 КоАП РФ, административное наказание является новленной государственной мерой ответственности за совершение инистративного правонарушения и применяется в целях предупреждения совершения х правонарушений, как самим правонарушителем, так и другими лицами.

силу ч. 1 ст. 4.1 КоАП РФ административное наказание за совершение инистративного правонарушения назначается в пределах, установленных законом, усматривающим ответственность за данное административное правонарушение, в ветствии с настоящим Кодексом.

тью 1 статьи 14.3 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность в виде инистративного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот ей; на должностных лиц – от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических от ста тысяч рублей до пятисот тысяч рублей.

сте с тем, в соответствии с ч.1 ст.4.1.1. КоАП РФ являющимся субъектами малого и днего предпринимательства лицам, осуществляющим предпринимательскую ельность без образования юридического лица, и юридическим лицам, а также их тникам за впервые совершенное административное правонарушение, выявленное в осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля, в аях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не усмотрено соответствующей статьей раздела 2 настоящего Кодекса или закона екта Российской Федерации об административных правонарушениях, инистративное наказание в виде штрафа подлежит замене на предупреждение при чии обстоятельств, предусмотренных частью 2 статьи 3.4 настоящего Кодекса.

лу ч.1,2 ст.3.4 КоАП РФ предупреждение – мера административного наказания, женная в официальном порицании физического или юридического лица. дупреждение выносится в письменной форме. Предупреждение устанавливается за вые совершенные административные правонарушения при отсутствии причинения а или возникновения угрозы причинения вреда жизни и здоровью людей, объектам тного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия ятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, безопасности дарства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а е при отсутствии имущественного ущерба.

де рассмотрения дела установлено, что ИП подпадает под критерий малого и днего предпринимательства. Ранее к административной ответственности за шение законодательства о рекламе не привлекался. Совершенное ИП онарушение не причиняет вреда и не создает угрозу возникновения причинения вреда и и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, ектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской ерации, безопасности государства, чрезвычайных ситуаций природного и огенного характера, а также не причиняет имущественный ущерб.

асно п.4 ст.26.1 КоАП РФ по делу об административном правонарушении подлежит нению обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и тоятельства, отягчающие административную ответственность.

ачестве смягчающих обстоятельств признаются нарушение законодательства о аме впервые, а также добровольное устранение нарушения.

тоятельства, отягчающие административную ответственность, не установлены.

тья 51 Конституции Российской Федерации:

икто не обязан свидетельствовать против себя самого, своего супруга и близких ственников, круг которых определяется федеральным законом.

едеральным законом могут устанавливаться иные случаи освобождения от обязанности ать свидетельские показания.

оответствии с частью 1 статьи 25.1 КоАП РФ лицо, в отношении которого ведется изводство по делу об административном правонарушении вправе знакомиться со ми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять атайства и отводы, пользоваться юридической помощью защитника, а также иными цессуальными правами в соответствии с Кодексом Российской Федерации об инистративных правонарушениях.

ывая характер совершенного ИП административного правонарушения, тоятельства, смягчающие административную ответственность, руководствуясь ьями 3.2, 3.4, 4.1.1, 4.2, 4.3, 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

оизнать индивидуального предпринимателя виновным в совершении административног вонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ значить ему наказание в виде предупреждения.