

**ФЕДЕРАЛЬНАЯ  
АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА  
УПРАВЛЕНИЕ  
Федеральной антимонопольной  
службы  
по Псковской области**

ул. Кузнецкая, 13, г. Псков, 180017  
тел. (8112) 66-55-53, факс (8112) 66-55-53  
e-mail: to60@fas.gov.ru

\_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_

на № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_

ООО «КИНГ»

\_\_\_\_\_  
180000, г. Псков, ул. Советская, д. 20,  
оф. 25

180002, г. Псков, ул. Мирная, д. 12

**ПОСТАНОВЛЕНИЕ**

по делу об административном правонарушении № **060/04/14.3-450/2020**

13 августа 2020 года

г. Псков

11 часов 00 минут

Я, <...>, рассмотрев протокол об административном правонарушении от 29.07.2020 и материалы дела № 060/04/14.3-450/2020, возбужденного по **части 1 статьи 14.3** Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП РФ) в отношении ООО «КИНГ» (ИНН: 6027192614, место нахождения: 180000, г. Псков, ул. Советская, д. 20, оф. 25), в отсутствие привлекаемого лица, в извещении которого предприняты необходимые меры,

#### УСТАНОВИЛ:

Решением Комиссии Псковского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе от 14.04.2020 по делу № 060/05/21-361/2019 реклама, распространенная ООО «КИНГ», была признана нарушающей требования **пункта 1 части 3, пункта 3 части 5 статьи 5, пункта 5 части 2, части 3 статьи 21** Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе" (далее – Федеральный закон «О рекламе»).

Комиссией Псковского УФАС России также было принято решение о передаче материалов дела уполномоченному должностному лицу Псковского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП РФ).

В результате рассмотрения материалов дела установлено следующее.

Актом осмотра от 20.11.2019 установлено размещение информации на фасаде здания по адресу: г. Псков, ул. Мирная, д. 12 с признаками рекламы следующего содержания:

1. «Самый большой выбор» с изображением двух кружек, наполненных жидкостью, похожей на пиво и набором закусок (далее – баннер № 1);
2. «АКЦИЯ разливное пиво Бранденбир (темное Германия) – 99р Бланш (нефильтрованное Бельгия) – 99р Жигулевское (светлое Россия) - 99р», расположенного справа от входа в магазин «Паб» (далее – баннер № 2) и на входной двери в магазин «Паб» (далее – баннер № 3);
3. «Низкие цены всегда» с изображением трех молодых людей, демонстрирующих употребление напитка, похожего на пиво (далее – баннер № 4);

4. «Супер акция 1 литр Остмарк (темное) – 69р Гессер (светлое) - 69р» (далее – баннер № 5);

5. «Напитки Табак Кафе ПАБ (Общество с ограниченной ответственностью «Белуга») Пиво Снеки» (далее – баннер № 6).

В соответствии со статьей 3 Федерального 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.

Вышеуказанная информация, размещенная на баннерах №№ 1, 2, 3, 4, 5 является рекламой, так как содержит признаки рекламы, установленные п. 1 ст. 3 Закона о рекламе:

1. *Объект рекламирования* - 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 (п. 2 ст. 3 Закона о рекламе).

В соответствии с пунктом 7 статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» 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.

Алкогольная продукция подразделяется на 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 п. 13.1 ст. 2 Федерального закона «О государственном регулировании алкогольной продукции», пиво - алкогольная продукция с содержанием этилового спирта, образовавшегося в процессе брожения пивного сусла, которая произведена из пивоваренного солода, хмеля и (или) полученных в результате переработки хмеля продуктов (хмелепродуктов), воды с использованием пивных дрожжей, без добавления этилового спирта, ароматических и вкусовых добавок.

Исходя из положений вышеуказанных норм права, пиво относится к алкогольной продукции.

Учитывая, что информация на баннерах №№ 2, 3, 5 содержит в себе указание средств индивидуализации продукции и цены, то объектом рекламирования является товар алкогольная продукция – пиво.

*Оценивая содержание баннеров № 1 и № 4, Комиссией принято во внимание, что пунктом 2 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» от 08.10.2012 № 58 разъяснено, что 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 данном случае для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре.*

Текстовое содержание баннера № 1: «Самый большой выбор» с изображением кружек с жидкостью, наполненной пенным напитком и закусками и текстовое содержание баннера № 4: «Низкие цены всегда» с изображением четырех мужских образов, держащих в руках кружки, наполненные пенным напитком, ассоциируется у потенциального потребителя именно с алкогольным напитком - пивом, а не любым другим напитком.

*Объектом рекламирования на баннерах № 1, № 2, № 3, № 4, № 5 является пиво.*

2. Информация, распространенная на баннерах № 1, № 2, № 3, № 4, № 5 адресована неопределенному кругу лиц, поскольку располагается на внешних стенах здания по адресу: ул. Мирная, д. 12, г. Псков; таким образом, указанная информация доступна для всех категорий населения и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (алкогольной продукции - пиву) и поддержание интереса к товару.

Таким образом, вышеуказанная информация содержит признаки рекламы, перечисленные в статье 3 Федерального закона «О рекламе», и соответственно, признается рекламой алкогольной продукции.

Согласно пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Рассматриваемая реклама на баннерах № 1 и № 4 сопровождается словосочетаниями: «Самый большой выбор», «Низкие цены всегда».

Согласно пункту 29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами

Федерального закона «О рекламе», информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

В связи с этим, использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например, путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

Согласно пункта 3 части 5 статьи 5 Закона о рекламе, в рекламе не допускается демонстрация процессов курения и потребления алкогольной продукции.

При этом, к признакам демонстрации процесса потребления алкогольной продукции, в первую очередь, относится показ в рекламе человека, пьющего алкогольную продукцию, держащего в руках бокал, стакан, кружку и т.п. с алкогольной продукцией, открытую бутылку, бочку, пакет, банку для алкогольной продукции.

Управлением установлено, что на баннере № 4 размещается рекламная информация алкогольной продукции (пива) с использованием четырех мужских образов, держащих в руках кружку, наполненную пенным напитком, что указывает на демонстрацию процесса потребления алкогольной продукции (пива), что противоречит требованиям п. 3 ч. 5 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Статьей 21 Федерального закона «О рекламе» установлены требования к рекламе алкогольной продукции.

Согласно пункту 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» не допускается размещение рекламы алкогольной продукции 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.

Рассматриваемая рекламная информация на баннерах № 1, № 2, № 3, № 4, № 5 нарушает требования, установленные п. 5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе», поскольку размещена на внешних стенах здания и на входной двери кафе «Паб» (ином конструктивном элементе здания).

В соответствии с частью 3 статьи 21 Федерального закон «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).

В вышеуказанной рекламе алкогольной продукции отсутствует предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкоголя, что является нарушением ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 4 статьи 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Деятельность по розничной продаже алкогольной продукции по указанному адресу при оказании услуг общественного питания осуществляет ООО «КИНГ» (ИНН 6027192614) на основании лицензии рег. № 60РПО0000241 от 06.09.2019.

В силу статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных п. 1 ч. 3, п. 3 ч. 5 ст. 5 Закона о рекламе несет рекламодатель, ответственность за нарушение требований, установленных п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе, несет рекламодатель и рекламодатель и рекламодатель и рекламодатель.

В соответствии с пунктом 5 и 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламодателем и рекламодателем вышеуказанной рекламы является ООО «КИНГ» как лицо, определившее объект рекламирования и осуществляющее распространение рекламы.

На основании [части 1 статьи 14.3](#) КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных [частями 2 - 6 настоящей статьи](#), [частью 4 статьи 14.3.1](#), [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.

В силу [части 7 статьи 38](#) Федерального закона "О рекламе" рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных [статьей 18](#) Федерального закона "О рекламе".

Собранные по делу доказательства и установленные обстоятельства свидетельствуют о том, что нарушение законодательства о рекламе в данном случае содержится в действиях лица, осуществившего распространение рекламы – ООО «КИНГ»

Таким образом, ООО «КИНГ», имея возможность для соблюдения требований [части 1 статьи 18](#) Федерального закона "О рекламе", не приняв все зависящие от него меры по их соблюдению, распространив рекламу, совершил административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена [частью 1 статьи 14.3](#) КоАП РФ.

Документов и пояснений по делу от ООО «КИНГ» не поступало. Предписание об устранении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не исполнено.

Место совершения административного правонарушения: г. Псков.

Время совершения административного правонарушения: 20.11.2019

Протокол об административном правонарушении составлен 29.07.2020 в отсутствие ООО «КИНГ».

Протокол об административном правонарушении, определение о назначении времени и месте рассмотрения дела, а также предписание об устранении нарушения законодательства РФ о рекламе (повторно) были направлены в адрес ООО «КИНГ» 31.07.2020. Согласно данным почтового отправления № 80094550627097, вышеуказанные документы были получены адресатом 03.08.2020.

На момент рассмотрения настоящего дела об административном правонарушении сроки давности привлечения к административной ответственности, установленные [статьей 4.5](#) КоАП РФ, не истекли.

Объективные обстоятельства, делающие невозможным исполнение ООО «КИНГ» установленных Федеральным законом "О рекламе" требований, а также обстоятельства, вынуждающие его действовать в состоянии крайней необходимости, при рассмотрении дела не установлены.

При назначении наказания должностным лицом, рассматривающим дело № 060/04/14.3-450/2020, учитываются общие правила назначения административного наказания, предусмотренные [статьей 4.1](#) КоАП РФ.

Обстоятельств, смягчающих административную ответственность в соответствии со ст. 4.2 КоАП РФ, не установлено.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность в соответствии со ст. 4.3 КоАП РФ, не установлено.

Материалами административного дела доказано событие и состав административного правонарушения, совершение его ООО «КИНГ», его вина, а также наличие всех необходимых оснований для привлечения к административной ответственности на основании ч. 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Сведений о привлечении данного лица ранее к административной ответственности не имеется.

На основании [части 1 статьи 4.1.1](#) КоАП РФ 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 [частям 1, 2 и 3 статьи 3.4](#) КоАП РФ предупреждение - мера административного наказания, выраженная в официальном порицании физического или юридического лица. Предупреждение выносится в письменной форме. 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. 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.

Сведения из Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства на сайте Федеральной налоговой службы России <https://rmsp.nalog.ru> подтверждают, что ООО «КИНГ» является субъектом малого и среднего предпринимательства – в категории «микропредприятие» (дата внесения сведений в реестр 10.10.2018).

Оценив характер и обстоятельства совершенного ООО «КИНГ» административного правонарушения, должностное лицо усмотрело основания для применения положений [статей 3.4](#) и [4.1.1](#) КоАП РФ, поскольку



их применение в данной ситуации является справедливым, отвечающим принципу целесообразности юридической ответственности, характеру правонарушения и обстоятельствам его совершения, соответствует как интересам лица, привлекаемого к ответственности, так и интересам государства.

Учитывая, что факт возбуждения административного дела сам по себе уже выполняет предупредительную функцию, вынесение предупреждения по данному делу обеспечивает соответствующую защиту охраняемым законом государственным и общественным интересам.

На основании изложенного, руководствуясь статьями 23.48, частью 1 статьи 29.9, 4.2, 4.3, 4.5, 2.2, 3.4, 4.1.1, а также частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ:

#### ПОСТАНОВИЛ:

Признать ООО «КИНГ» (ИНН: 6027192614, место нахождения: 180000, г. Псков, ул. Советская, д. 20, оф. 25) виновным в совершении административного правонарушения, состав которого предусмотрен частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с пунктом 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ административное наказание в виде административного штрафа заменить на предупреждение.

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу либо в районный суд по месту рассмотрения дела в течение 10 суток со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 31.1 КоАП РФ 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.

<...>