Г<…>

Начальнику

ОГИБДД УМВД России по г.Барнаулу

К<...>

ул. 10-я Западная, д. 5,

г.Барнаул, 656023

потерпевшему лицу

дело № 022/04/14.38-457/2019

ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 66

о назначении административного наказания

по делу № 022/04/14.38-457/2019 об административном правонарушении

13 августа 2019г. г. Барнаул

Я, врио заместителя руководителя управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю Б<...>, рассмотрев протокол 22 АР №539397 от 05.07.2019г. об административном правонарушении, составленный начальником ОДИ и ОД ОГИБДД УМВД России по г.Барнаулу майором полиции Р<...> в отношении гр. РФ Г <…> <…> г.р., место рождения: <…>, ИНН <…>, адрес регистрации: <…>,

УСТАНОВИЛ:

гр. РФ Г<…> на рассмотрение дела об административном правонарушении явился.

Потерпевшее лицо на рассмотрение дела об административном правонарушении не явилось (уведомлено надлежащим образом).

В соответствии с ч.3 ст.25.2 КоАП РФ дело об административном правонарушении рассматривается с участием потерпевшего. В его отсутствие дело может быть рассмотрено лишь в случаях, если имеются данные о надлежащем извещении потерпевшего о месте и времени рассмотрения дела и если от потерпевшего не поступило ходатайство об отложении рассмотрения дела либо если такое ходатайство оставлено без удовлетворения.

В антимонопольный орган от потерпевшего лица ходатайство об отложении рассмотрения дела не поступало.

В соответствии со ст. 29.7 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях принято решение о рассмотрении дела в отсутствие потерпевшего лица.

Согласно протоколу 22 АР №539397 от 05.07.2019г. и материалам дела №

022/04/14.38-457/2019 об административном правонарушении, при размещении наружной рекламы гр. РФ Г<…> допущено нарушение требования ч.3 ст.19 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»).

Данное обстоятельство выразилось в следующем.

05 июля 2019г. в г.Барнауле по адресу: пересечение пр. Комсомольский и ул. Никитина (в районе д.23 пр. Комсомольский), на секциях дорожных ограждений перильного типа, которые являются техническими средствами организации дорожного движения, предназначенными для регулирования дорожного движения (пешеходные ограждения), начальником ОДИ и ОД ОГИБДД УМВД России по г.Барнаулу майором полиции Рихтер А.В. установлен факт размещения конструкции с наружной рекламой следующего содержания: «ПИВНОЙ ПОГРЕБОК 24 часа ИЗ ТАНКА В КРУЖКУ ЗАВОД ТАНК РОЗЛИВ ИЗ ТАНКА В КРУЖКУ! ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ»; «ПИВНОЙ ПОГРЕБОК 24 часа ИЗ ТАНКА В КРУЖКУ»; «ПИВНОЙ ПОГРЕБОК 24 часа ИЗ ТАНКА В КРУЖКУ ЗАВОД ТАНК РОЗЛИВ ИЗ ТАНКА В КРУЖКУ! ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ».

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» под рекламой понимается 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, 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.

Рассматриваемая информация полностью соответствует законодательному определению понятия «реклама», является публичной, направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к рекламируемой алкогольной продукции - пиво (танковое), реализуемой в магазине «Пивной погребок», способствует поддержанию интереса к указанным объектам рекламирования и продвижению их на рынке.

Согласно ч. 3 ст. 19 Федерального закона «О рекламе», распространение рекламы на знаке дорожного движения, его опоре или любом ином приспособлении, предназначенном для регулирования дорожного движения, не допускается.

Таким образом, рассматриваемая реклама размещена на опоре дорожного знака с нарушением требования ч.3 ст.19 Федерального закона «О рекламе».

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

В соответствии с п.5 ч.2 ст. 21 Федерального 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.

Согласно ч.3 ст.21 Федерального 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).

В силу статьи 2 Федерального закона 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.

В рассматриваемой рекламе содержится информация: «ИЗ ТАНКА В КРУЖКУ ПИВНОЙ ПОГРЕБОК». Указанная реклама сопровождается предупреждением, предусмотренным для рекламы алкогольной продукции в соответствии с ч. 3 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

Таким образом, из совокупности рассматриваемой рекламной информации, а именно: присутствие в рекламе словосочетаний «ИЗ ТАНКА В КРУЖКУ», «ПИВНОЙ ПОГРЕБОК», а также сопровождение рекламы предупреждением о вреде чрезмерного потребления алкоголя, можно сделать вывод о том, что рассматриваемая реклама является рекламой алкогольной продукции (пива), что указывает на нарушение п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

Действие рекламы алкогольной продукции (пива) направлено на неограниченное количество лиц, в том числе на тех, кто не является потребителями такой продукции (например, несовершеннолетние), поскольку размещение рекламы алкогольной продукции посредством рекламной конструкции, то есть способом, обеспечивающим ее свободное восприятие, делает такую рекламу доступной для этих лиц.

На основании изложенного, рассматриваемая реклама нарушает требования п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

Согласно п.4 ст.3 Федерального закона «О рекламе», ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации. Следовательно, рассматриваемая реклама, является ненадлежащей, так как при ее распространении нарушено требование ч.3 ст.19 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со статьей 38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение требования ч.3 ст.19 Федерального закона «О рекламе» несет как рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, так и

рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств. Ответственность за нарушение требований п.5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» несет рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Материалами дела установлено, что рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является гр. РФ Г<…>

Согласно ч.4 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем и 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

Согласно ч.1 ст. 14.38 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, размещение рекламы, имеющей сходство с дорожными знаками, или размещение рекламы на знаке дорожного движения, его опоре или любом ином приспособлении, предназначенном для регулирования дорожного движения, влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от десяти тысяч до пятнадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до двухсот тысяч рублей.

Согласно ст. 2.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, 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.

Из объяснений гр. РФ Г<…> следует, что Г<…> нарушение признал. Рассматриваемые рекламные конструкции демонтированы.

Учитывая изложенное, гр. РФ Г<…> не приняты должные меры по соблюдению требований законодательства Российской Федерации о рекламе при размещении в г.Барнауле по адресу: пересечение пр. Комсомольский и ул. Никитина (в районе д.23 пр. Комсомольский), на секциях дорожных ограждений перильного типа, которые являются техническими средствами организации дорожного движения, предназначенными для регулирования дорожного движения (пешеходные ограждения), наружной рекламы алкогольной продукции (пива), что нарушает требование ч.3 ст.19 и п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе» и влечет административную ответственность в соответствии с ч.1 ст.14.3 и ч.1 ст. 14.38 КоАП РФ.

Субъективная сторона правонарушения, предусмотренного с ч.1 ст.14.3 и ч.1 ст. 14.38 КоАП РФ, характеризуется умышленной формой вины или совершенной по неосторожности.

У гр. РФ Г<…>. при размещении рассматриваемой рекламы имелась возможность для соблюдения правил и норм, установленных законодательством о рекламе, но не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению. Следовательно, в действиях гр. РФ Г<…> имеется вина в совершении правонарушения, ответственность за которое предусмотрена с ч.1 ст.14.3 и ч.1 ст. 14.38 КоАП РФ.

Антимонопольным органом не установлено обстоятельств, находящихся вне контроля гр. РФ Г<…>. и препятствующих исполнению обязанностей по соблюдению законодательства о рекламе.

Следовательно, вина гр. РФ Г<…> в совершении правонарушения, предусмотренного ч.1 ст.14.3 и ч.1 ст. 14.38 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях доказана и подтверждается материалами дела об административном правонарушении, в том числе протоколом об административном правонарушении 22 АР №539397 от 05.07.2019г.

Объективная сторона правонарушения, предусмотренного ч.1 ст.14.3 и ч.1 ст. 14.38 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, составляет действия лица, выражающиеся в нарушении законодательства о рекламе.

Непринятие гр. РФ Г<…> должных мер по соблюдению требования ч.3 ст.19 Федерального закона «О рекламе», привело к нарушению законодательства РФ о рекламе, что образует оконченный состав административного правонарушения и влечет ответственность в соответствии с ч.1 ст.14.38 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, а также требования п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе», что привело к нарушению законодательства РФ о рекламе и образует оконченный состав административного правонарушения и влечет ответственность в соответствии с ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях

Установлены смягчающие обстоятельства, предусмотренные ст. 4.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, а именно: добровольное прекращение противоправного поведения лицом, совершившим административное правонарушение.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, в соответствии со ст. 4.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, не установлено.

Таким образом, в действиях гр. РФ Г<…> выразившихся в нарушении требований ч.3 ст.19, п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе», содержатся составы административных правонарушений, предусмотренных ч.1 ст.14.3 и ч.1 ст.14.38 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушения

Согласно ч.2 ст.4.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях при совершении лицом одного действия (бездействия), содержащего составы административных правонарушений, ответственность за

которые предусмотрена двумя и более статьями (частями статей) настоящего Кодекса и рассмотрение дел о которых подведомственно одному и тому же судье, органу, должностному лицу, административное наказание назначается в пределах санкции, предусматривающей назначение лицу, совершившему указанное действие (бездействие), более строгого административного наказания.

Санкцией ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях предусмотрена административная ответственность для граждан в виде административного штрафа в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей.

Санкцией ч.1 ст.14.38 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях предусмотрена административная ответственность для граждан в виде административного штрафа в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей.

Таким образом, гр. РФ Г<…> подлежит привлечению к административной ответственности в виде административного штрафа в размере 2500 рублей.

Руководствуясь статьями 14.3, 14.38, 23.48, 28.3, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

признать гражданина РФ Г<…> виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного ч.1 ст.14.3 и ч.1 ст. 14.38 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, и назначить ему наказание в виде административного штрафа в размере 2 500 (две тысячи пятьсот) рублей.

В соответствии с частью 1 статьи 32.2 КоАП РФ штраф должен быть уплачен не позднее 60 дней со дня вступления постановления о наложении штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 КоАП РФ.

Административный штраф должен быть перечислен по следующим реквизитам:

Реквизиты получателя:

Р/С-40101810350041010001, БАНК- Отделение Барнаул г. Барнаул

БИК 040173001

ИНН: 2221022528, КПП: 222501001 Управление федерального казначейства по Алтайскому краю (Алтайское краевое УФАС России)

ОКТМО: 01701000

Код дохода: 161 1 16 26 00001 6000 140

Назначение платежа: денежные взыскания (штрафы) за нарушение законодательства о рекламе.

В соответствии с частью 9 статьи 38 Федерального закона «О рекламе», суммы штрафов за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе и

неисполнение предписаний антимонопольного органа зачисляются в бюджеты бюджетной системы Российской Федерации в следующем порядке:

1) в федеральный бюджет – 40 процентов;

2) в бюджет субъекта Российской Федерации, на территории которого зарегистрированы юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, допустившие нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе – 60 процентов.

Согласно части 5 статьи 32.2 КоАП РФ, при отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, по истечении 60 дней со срока, указанного в части 1 настоящей статьи, судья, орган, должностное лицо, вынесшие постановление, направляют соответствующие материалы судебному приставу-исполнителю для взыскания суммы административного штрафа в порядке, предусмотренном федеральным законодательством. Кроме того, должностное лицо федерального органа исполнительной власти, его учреждения, структурного подразделения или территориального органа, а также иного государственного органа, уполномоченного осуществлять производство по делам об административных правонарушениях (за исключением судебного пристава-исполнителя), составляет протокол об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 20.25 КоАП РФ, в отношении лица, не уплатившего административный штраф.

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП РФ, неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного штрафа.

В соответствии с частью 4 статьи 4.1 КоАП РФ назначение административного наказания не освобождает лицо от исполнения обязанности, за неисполнение которой административное наказание было назначено.

В соответствии со статьями 30.1, 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в суд в течении 10 дней 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.

Дата вынесения постановления 13 августа 2019г.

Срок предъявления постановления к исполнению – 2 года.

Врио заместителя руководителя управления

Советник ГГС РФ 1 класса Б<...>