

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания

по делу №06-09/236-13

13 августа 2013г.

г.Томск

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Томской области Бу..евич, рассмотрев протокол от 13.08.2013г. и материалы дела №06-09/236-13 об административном правонарушении, возбужденного в отношении индивидуального предпринимателя П., в присутствии П,

УСТАНОВИЛ:

В г.Томске на наружных стенах здания, расположенного по адресу пер.Тихий, 28 размещены рекламные конструкции с информацией следующего содержания: «Здесь разливное пиво»; «Свежее пиво на разлив 25 сортов пива Квас Соки Лимонад», включающая изображение прозрачных бокалов с пенным напитком.

Данный факт подтверждается материалами дела №06-11/22-13 о нарушении законодательства о рекламе, в том числе, зафиксирован в акте осмотра наружной рекламы от 19.03.2013г., составленном должностными лицами Томского УФАС России с участием двух незаинтересованных лиц.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе», Закон) реклама - 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.

Рассматриваемая информация обладает перечисленными признаками, следовательно, является рекламой.

Объектами рекламирования в указанной рекламе являются квас, соки, лимонад, пиво.

Согласно пункту 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» 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), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива.

В соответствии с пунктом 5 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «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 части 3 статьи 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).

Распространение рекламы алкогольной продукции - пива наружным способом и без предусмотренного законом предупреждения свидетельствует о нарушении требований п.5 ч.2, ч.3 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

Согласно ч. 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Решением Комиссии Томского УФАС России по делу №06-11/22-13 от 26.04.2013г. указанная реклама, распространяемая на наружных стенах здания, расположенного по адресу пер.Тихий, 28, признана ненадлежащей, поскольку нарушает требования п.5 ч.2, ч.3 ст.21 Федерального Закона «О рекламе».

Согласно части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований п.5 ч.2, ч.3 ст.21 вышеуказанного Закона несет рекламораспространитель.

Рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является индивидуальный предприниматель П., что подтверждается решением по делу №06-11/22-13 о нарушении законодательства о рекламе, договором аренды недвижимого имущества №5 от 26.02.2013, договором субаренды нежилого помещения от 26.02.2013, письменными пояснениями ООО «Ода» от 12.04.2013, устными пояснениями ИП П. (протокол заседания Комиссии от 15.04.2013).

Частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях за нарушение рекламодателем, рекламораспространителем законодательства о рекламе установлена административная ответственность.

В связи с вышеуказанным 13.08.2013г. в отношении индивидуального предпринимателя П. составлен протокол об административном правонарушении, возбуждено дело об административном правонарушении №06-09/236-13 по ч.1 ст.14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

На составлении протокола об административном правонарушении и на рассмотрении дела об административном правонарушении ИП П. факт нарушения признала, сообщила, что в настоящий момент приняты меры по недопущению

нарушения законодательства РФ при размещении рекламы.

Заместитель руководителя Томского УФАС России, рассмотрев материалы дела и оценив собранные по делу доказательства, считает их достаточными и находит вину индивидуального предпринимателя П. доказанной, а ее действия верно квалифицированными по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, за нарушения требований п.5 ч.2, ч.3 ст.21 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», при этом исходит из следующего.

В соответствии со статьей 1.5 Кодекса РФ об административных правонарушениях лицо подлежит административной ответственности только за те административные правонарушения, в отношении которых установлена его вина.

Согласно статьи 2.1. Кодекса РФ 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.

Объект правонарушения - общественные отношения, охраняемые Федеральным законом от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе». Объективная сторона названного административного правонарушения состоит в нарушении п.5 ч.2 и ч.3 ст.21 Федерального закона «О рекламе» при размещении рекламы алкогольной продукции. Субъект административного правонарушения – индивидуальный предприниматель П.

В соответствии с ч.2 ст.2.2 КоАП РФ административное правонарушение признается совершенным по неосторожности, если лицо, его совершившее, предвидело возможность наступления вредных последствий своего действия (бездействия), но без достаточных к тому оснований самонадеянно рассчитывало на предотвращение таких последствий либо не предвидело возможности наступления таких последствий, хотя должно было и могло их предвидеть.

Вина ИП П. выражена в форме неосторожности и подтверждается материалами дела №06-09/236-13, протоколом об административном правонарушении от 13.08.2013г.

Индивидуальный предприниматель П., является рекламодателем рассматриваемой рекламы, выступая субъектом общественных отношений, подпадающих под регулирование Федерального закона «О рекламе», а также, будучи обязанной выполнять установленные данным законом требования к размещаемой рекламе, имела возможность для их соблюдения, однако не предприняла для этого необходимых мер и допустила распространение рекламы алкогольной продукции, без предусмотренного ч.3 ст.21 Федерального закона «О рекламе» предупреждения, а также запрещенным способом.

Доказательства принятия индивидуальным предпринимателем своевременно всех зависящих от нее мер по соблюдению требований Федерального закона «О рекламе» или наличия обстоятельств, объективно препятствовавших этому, в материалах административного дела 06-09/236-13 отсутствуют.

Решая вопрос о виде и размере административного наказания, заместитель руководителя Томского УФАС России учитывает характер совершенного правонарушения, форму вины нарушителя, отягчающие и смягчающие обстоятельства.

Исходя из оценки фактических обстоятельств дела, заместитель руководителя Управления ФАС по Томской области приходит к выводу, что совершенное правонарушение не является малозначительным. Нарушение представляет значительную общественную опасность, т.к. имело место распространение ненадлежащей рекламы алкогольной продукции, которая имеет ряд специальных требований. Несоблюдение установленных требований к рекламе алкогольной продукции обладает высокой степенью общественной опасности, поскольку может нанести вред здоровью граждан, в том числе несовершеннолетним. Несоответствие рекламы требованиям законодательства о рекламе нарушает права и законные интересы потребителей. Также, существенную угрозу в данном случае представляет наступление каких-либо материальных последствий (состав административного правонарушения является формальным), а пренебрежительное отношение рекламораспространителя к исполнению своих публично-правовых обязанностей.

В соответствии со ст. 4.2 Кодекса РФ об административных правонарушениях, в которой приведен открытый перечень обстоятельств, смягчающих административную ответственность, заместитель руководителя Томского УФАС России полагает возможным признать в качестве смягчающего обстоятельства, совершение административного правонарушения впервые, нарушение устранено до рассмотрения дела об административном правонарушении.

В соответствии со ст.4.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях отягчающих по делу обстоятельств не установлено.

В связи с изложенным, представляется возможным назначить административное наказание ниже максимальной санкции, предусмотренной ч.1 ст.14.3 КоАП РФ.

Руководствуясь ст.ст.23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

Индивидуального предпринимателя П. признать виновной в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях и назначить наказание в виде административного штрафа в размере 4 000 (четыре тысяч) рублей.

В соответствии с ч.1 ст.32.2 Кодекса РФ об административных правонарушениях штраф должен быть уплачен не позднее 30 дней со дня вступления постановления о наложении штрафа в законную силу.

В соответствии с ч.9 ст.38 ФЗ «О рекламе» суммы штрафов за нарушение

законодательства РФ о рекламе зачисляются в бюджеты бюджетной системы РФ в следующем порядке:

-в федеральный бюджет – 40 процентов; -в бюджет Томской области – 60 процентов.

Сведения об уплате суммы штрафа представить в Томское УФАС России в трехдневный срок после уплаты.

Согласно п.1 ст.20.25 Кодекса РФ об административных правонарушениях неуплата административного штрафа в срок, предусмотренный Кодексом об административных правонарушениях, влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа либо административный арест на срок до 15 суток.

В соответствии со ст.30.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях постановление может быть обжаловано в арбитражный суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

В соответствии со ст.31.1 Кодекса РФ об административных правонарушениях постановление вступает в законную силу по истечении срока, установленного для обжалования.

Реквизиты для уплаты штрафа:

Р/с 40101810900000010007

БИК 046902001

Банк получателя: ГРКЦ ГУ Банка России по ТО г. Томск

Получатель: УФК по Томской области (Томское УФАС России).

КБК 161 1 16 26000 01 6000 140

ОКАТО 69401000000

Назначение платежа: оплата штрафа за нарушение законодательства о рекламе согласно постановлению...

В поле получатель указываются ИНН и КПП Томского УФАС России:

ИНН 7019027633 **КПП 701701001**

Заместитель руководителя управления

И.В.Б...

Копию постановления получил « ____ » _____ 2013 года _____

Постановление вступило в законную силу « ____ » _____ 201__ года.