

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о наложении штрафа по делу № 92-14.3ч.1/15
об административном правонарушении

02 декабря 2015 года

г. Челябинск

Я, руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области, <.....>, рассмотрев материалы административного дела № 92-14.3ч.1/15, возбужденного в отношении индивидуального предпринимателя <.....> _____ года рождения, место рождения: _____ зарегистрирована по адресу: _____

_____ паспорт <...> серия <...> номер <...> выдан _____, дата выдачи: _____

_____ ИНН _____, ЕГРИП _____, дата регистрации _____ (далее – ИП <.....>)

по факту распространения в телекоммуникационной сети Интернет на веб-портале <http://chelybinsk.ru/text/newsline/876835.html> рекламы алкогольной продукции, реализуемой в сети специализированных магазинов «МABT», с нарушением, пункта 8 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе», ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

в отсутствие лица, в отношении которого возбуждено административное дело, уведомленного надлежащим образом о времени, дате и месте рассмотрения дела,

в присутствии специалиста – эксперта отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией Челябинского УФАС России <.....>, исследовав материалы дела,

УСТАНОВИЛА:

С 11 декабря 2014 года по 18 декабря 2014 года в телекоммуникационной сети Интернет на веб-портале <http://chelybinsk.ru/text/newsline/876835.html> размещалась реклама алкогольной продукции, реализуемой в сети специализированных магазинов «МABT».

В соответствии со статьей 3 Федерального закона «О рекламе» 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. Информация под заголовком «Уже завтра скидки 20% в магазинах «МABT» о проведении с 19 по 20 декабря сетью специализированных магазинов «МABT» акции «Готовьтесь к Новому Году в магазинах «МABT» - только два дня скидка 20%», размещенная в информационно-телекоммуникационной сети Интернет на веб-портале <http://chelybinsk.ru> является рекламой, поскольку адресована неопределенному кругу лиц - посетителям Интернет-ресурса и направлена на привлечение внимания, формирование интереса к объекту рекламирования, а именно продавца алкогольной продукции, а также продвижение товара на рынке. Согласно выпискам из Единого государственного реестра юридических лиц, из которых следует, что основным видом деятельности организаций, использующих

коммерческое обозначение «МАВТ» (ООО «ФИРМА МАВТ», ООО «МАВТ – СПИРИТ», ООО «МАВТ-РИТЕЙЛ»), является поставка и реализация алкогольной продукции. В соответствии с актом осмотра Челябинского УФАС России от 14 октября 2015 года № 51 установлено, что в оформлении входных групп магазинов, расположенных по адресу: город Челябинск, улица Сони Кривой, дом 50 А, город Челябинск, улица Доватора, дом 30 используется товарный знак «Слон» и указано наименование объектов торговли «МАВТ Винотека» (далее – организации торговли).

В силу части 4 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

Пленум ВАС Российской Федерации в пункте 2 Постановления от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" разъясняет, что при анализе информации на предмет наличия в ней признаков рекламы 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 названных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака). Анализ полученных антимонопольным органом материалов показывает, что организации торговли, реализующие алкогольную продукцию с использованием коммерческого обозначения «МАВТ», обладают определенной степенью известности среди потребителей, в том числе в связи с использованием во внешнем оформлении магазинов алкогольной продукции товарного знака «Слон». С учетом основных видов деятельности группы компаний «МАВТ» (поставка алкогольной продукции) и товарного знака «Слон», использующегося в деятельности организаций, осуществляющих реализацию алкогольной продукции в качестве основного вида деятельности (внешнем оформлении входных групп объектов розничной торговой сети «МАВТ») реклама о скидках на продукцию в магазинах с данным коммерческим обозначением и присутствие в ней соответствующего средства индивидуализации воспринимается как рекламная информация о скидках в том числе на алкогольную продукцию в сети специализированных магазинов «МАВТ», то есть как реклама продавца такой продукции.

В рекламе, размещенной в телекоммуникационной сети Интернет на веб-портале <http://chelybinsk.ru/text/newsline/876835.html>, помимо сведений о проведении акции «Готовьтесь к Новому году в магазинах «МАВТ» - два дня скидки 20%» с указанием конкретных видов товаров (соки и другие безалкогольные напитки, подарочные наборы конфет, колониальные сорта чая, кофе) присутствует товарный знак с изображением слона, наименование сети специализированных магазинов «МАВТ», а также ссылка на группу «ВКонтакте», при активации которой также обеспечивается доступ к информации о проведении акции «Готовьтесь к Новому Году в магазинах «МАВТ» - только два дня скидка 20%», где содержится указание на иную продукцию – «19 и 20 декабря в «МАВТ» скидки 20% на все!», «И многое другое со скидками 20%», что в совокупности с информацией на основной

странице воспринимается как реклама продавца алкогольной продукции. Поскольку широко известное наименование сети специализированных магазинов «МABT» ассоциируется с продавцом алкогольной продукции, его неоднократное указание в рекламе и присутствие в ней также хорошо узнаваемого товарного знака с изображением слона следует рассматривать в том числе как рекламу алкогольной продукции.

В соответствии с пунктом 8 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе», реклама алкогольной продукции не должна размещаться в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». «О

Пунктом 4 статьи 3 Закона «О рекламе» предусмотрено, что реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Таким образом, размещенная в телекоммуникационной сети Интернет на веб-портале <http://chelybinsk.ru/text/newsline/876835.html> реклама сети специализированных магазинов «МABT» противоречит требованиям пункта 8 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» и является ненадлежащей.

Распространение ненадлежащей рекламы также установлено решением Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе от 16 сентября 2015.

Частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» предусмотрена ответственность рекламодателя за нарушение требований пункта 8 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Согласно пункту 7 статьи 3 Закона «О рекламе» рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламодателем рекламы алкогольной продукции в телекоммуникационной сети Интернет на веб-портале сайта <http://chelybinsk.ru/text/newsline/876835.html> согласно договору от 09 декабря 2014 года № 09/12 ЧК является ИП <.....>.

В соответствии с частью 4 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях предусмотрено, что нарушение 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 пятьсот рублей; должностных лиц – от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от ста до пятисот тысяч рублей.

05 ноября 2015 года должностным лицом Челябинского УФАС России в отношении ИП <.....> был составлен протокол об административном правонарушении и возбуждено дело об административном правонарушении по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Поводом к возбуждению административного дела послужило непосредственное обнаружение должностным лицом Челябинского УФАС России достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения. <.....> зарегистрирована в качестве индивидуального предпринимателя, поэтому

она подлежит административной ответственности как должностное лицо. Согласно части 1 статьи 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.

Статья 1.5. КоАП РФ устанавливает, что лицо подлежит административной ответственности только за те административные правонарушения, в отношении которых установлена его вина.

Вина ИП <.....>. выразилась в ненадлежащем исполнении обязанности по контролю за рекламными материалами при размещении их в телекоммуникационной сети Интернет на веб-портале сайта <http://chelybinsk.ru/text/newsline/876835.html>, в результате чего были нарушены требования пункта 8 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 2 статьи 2.1 Кодекса РФ об административных правонарушениях юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Действия ИП <.....> по распространению на Интернет-сайте <http://chelyabinsk.ru/text/newsline/> рекламы алкогольной продукции, реализуемой в сети специализированных магазинов «МавТ», противоречат требованиям пункта 8 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе», ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

Наличие обстоятельств, объективно препятствующих надлежащему соблюдению ИП <.....> требований законодательства РФ о рекламе, Челябинским УФАС России не выявлено.

У ИП <.....> отсутствовали препятствия, и имелась возможность для соблюдения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно – для соблюдения пункта 8 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе». Однако ИП <.....> не приняла необходимых и достаточных мер по соблюдению законодательства Российской Федерации о рекламе.

При таких обстоятельствах ИП <.....> признается виновной в совершении административного правонарушения по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Обстоятельств, исключающих вину ИП <.....> в совершении данного административного правонарушения, а также обстоятельств, исключающих производство по делу об административном правонарушении при совершении данного административного правонарушения, не установлено.

Обстоятельств, смягчающих или отягчающих административную ответственность, предусмотренных статьями 4.2, 4.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, не установлено.

С учетом изложенного, ИП <.....> может быть назначено минимальное наказание, предусмотренное санкцией части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, а именно – административный штраф в размере четырех тысяч рублей.

Руководствуясь статьями 23.48, 29.9, 29.10, а также статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать ИП <.....> _____ года рождения, место рождения: _____
зарегистрирована по адресу: _____

_____ паспорт <...> серия <...> номер <...> выдан
_____, дата выдачи:

_____ ИНН _____, ЕГРИП _____,

дата регистрации _____ виновной в совершении административного
правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской
Федерации об административных правонарушениях.

2. Применить к ИП <.....> административное наказание в виде административного
штрафа за нарушение требований части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской
Федерации об административных правонарушениях в размере 4 000 (четырёх
тысяч) рублей.

В соответствии с частью 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об
административных правонарушениях административный штраф должен быть
уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее
шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении
административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока
отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 Кодекса
Российской Федерации об административных правонарушениях.

Сумма штрафа должна быть перечислена в доход федерального бюджета по
следующим реквизитам: КБК 16111626000016000140, ОКТМО 75701000 на счет
органа федерального казначейства: УФК по Челябинской области (для
Челябинского УФАС России) ГРКЦ ГУ Банка России по Челябинской области, БИК
047501001, р/с 40101810400000010801, ИНН 7453045147, КПП 745301001.

В силу части 1 статьи 20.25 Кодекса Российской Федерации об административных
правонарушениях неуплата административного штрафа в срок влечет наложение
административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного
административного штрафа, либо административный арест на срок до
пятнадцати суток, либо обязательные работы на срок до пятидесяти часов.

Согласно части 5 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об
административных правонарушениях при отсутствии документа,
свидетельствующего об уплате административного штрафа, и информации об
уплате административного штрафа в Государственной информационной системе
о государственных и муниципальных платежах, по истечении шестидесяти дней со
дня вступления постановления о наложении административного штрафа в
законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки,
предусмотренных статьей 31.5 настоящего Кодекса, судья, орган, должностное
лицо, вынесшие постановление, направляют в течение десяти суток постановление
о наложении административного штрафа с отметкой о его неуплате судебному
приставу-исполнителю для исполнения в порядке, предусмотренном федеральным
законодательством. Кроме того, должностное лицо составляет протокол об
административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 20.25
настоящего Кодекса, в отношении лица, не уплатившего административный штраф.
В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 Кодекса Российской
Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об
административном правонарушении может быть обжаловано в суд в течение 10
дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 31.1 Кодекса Российской Федерации об

административных правонарушения 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.

После уплаты штрафа копии документов, свидетельствующих об уплате административного штрафа, просим представить в Челябинское УФАС России по факсу (351) 263-18-39 либо по адресу г. Челябинск, пр. Ленина, д. 59, каб. 325.