

Постановление

о наложении штрафа по делу № 03-07/50-2017

об административном правонарушении

02 мая 2017 года

г. Йошкар-Ола

Заместитель руководителя - начальник отдела Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее - Марийское УФАС России), рассмотрев протокол № 03-07/50-2017 от 18 апреля 2017 года и материалы административного дела № 03-07/50-2017, возбужденного в отношении индивидуального предпринимателя К. (ИНН 550407796279) по факту нарушения требований пункта 5 части 2 и части 3 статьи 21 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе», выразившихся в размещении на внешней стене здания, расположенного по адресу: ул. Зарубина, д. 42а, г. Йошкар-Ола рекламы магазина разливных напитков «Пивоман», ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ), в отсутствие К, надлежащим образом извещённой о дате, месте, времени рассмотрения дела,

установила:

Марийским УФАС России возбуждено дело об административном правонарушении № 03-07/50-2017 в отношении ИП К. по факту нарушения требований пункта 5 части 2 и части 3 статьи 21 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе», выразившихся в размещении на внешней стене здания, расположенного по адресу: ул. Зарубина, д. 42а, г. Йошкар-Ола рекламы магазина разливных алкогольных напитков «Пивоман», ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Протокол об административном правонарушении № 03-07/50-2017 от 18 апреля 2017 года составлен ведущим специалистом-экспертом отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов Марийского УФАС России в соответствии со статьями 28.2, 28.3 КоАП РФ.

Протокол составлен в присутствии представителя Н. по доверенности от 13.03.2017, при этом индивидуальный предприниматель была надлежащим образом извещена о дате и времени составления протокола об административном правонарушении. Телеграмма, содержащая сведения о дате, времени и месте составления протокола согласно уведомлению ПАО «Ростелеком» от 06.04.2017

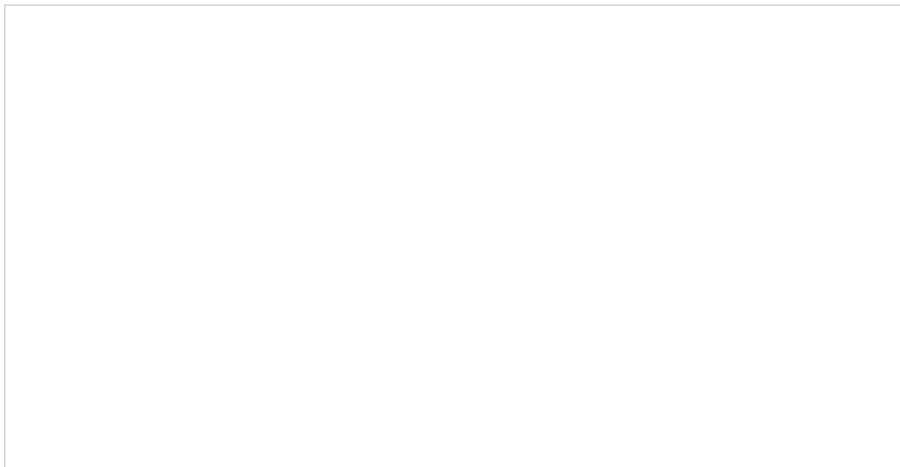
получена К. лично 05.04.2017.

Копия протокола с указанием даты, времени и места рассмотрения дела № 03-07/50-2017 (исх. № 03-07/3011 от 18.04.2017) направлена заказным письмом с уведомлением о вручении по месту регистрации К.

К. письмом от 27.04.2017 б/н (вх. № 4888) заявлено ходатайство о рассмотрении административного дела в ее отсутствие в связи с нахождением в другом регионе.

Протоколом установлено следующее.

Марийским УФАС России в рамках мониторинга наружной рекламы на территории города Йошкар-Олы выявлена информация, размещенная на внешней стене здания, расположенного по адресу: ул. Зарубина, д. 42а, г. Йошкар-Ола, следующего содержания:



Определением Марийского УФАС России от 26.01.2017 возбуждено дело № 03-21/04-2017 по признакам нарушения части 9 статьи 19, пункта 5 части 2, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 – ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), выразившегося в размещении ИП К. рекламы магазина разливных напитков «Пивоман», размещенной на внешней стене здания, расположенного по адресу: ул. Зарубина, д. 42а, г. Йошкар-Ола.

Решением Комиссии Марийского УФАС России от 22.02.2017 по делу № 03-21/04-2017 указанная реклама признана ненадлежащей.

Согласно статье 3 Закона 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. Объектом рекламирования является товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара. Независимо от формы или используемого средства распространения реклама должна быть распознаваема без специальных знаний или без применения технических средств непосредственно в момент ее представления именно как рекламы. Тем самым признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, формировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя.

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» 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. 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.

Согласно пункту 2 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» 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).

Наличие на рекламной конструкции надписи: «ПИВОМАН» указывает на то, что в данном заведении реализуется пивные напитки. Словосочетание «ПИВОМАН» образовано из двух слов «ПИВО» и «МАН». С перевода от греческого «МАН» /mania/ — означает безумие, страсть, влечение. Таким образом, данное слово может означать «пивное влечение, страсть к пиву, безумие от пива», следовательно, у потребителя при просмотре данной рекламы будет вызвана ассоциация с пивом, следовательно, в магазинах «ПИВОМАН» реализуются пивные напитки.

Кроме того, изображение бочки и солода совместно с наименованием магазина «ПИВОМАН» на рекламной конструкции ассоциируется у потребителей именно с пивом, а не любым разливным напитком, что и индивидуализирует пиво внутри группы однородных товаров - алкогольной продукции.

Следовательно, спорная информация по своему содержанию и целевой направленности является рекламой, так как распространена при помощи рекламной конструкции, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования – фирменному магазину «Пивоман», реализацию пива в котором осуществляет индивидуальный предприниматель К. к акции «2+1 снижение цены», формирование или поддержание интереса к ним и их продвижению на рынке.

Согласно части 3 статьи 21 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).

Рассматриваемая реклама алкогольной продукции не содержит предупредительной надписи о вреде чрезмерного употребления алкоголя, а, следовательно, нарушает часть 3 статьи 21 Закона о рекламе.

Также пунктом 5 части 2 данной статьи установлено, что 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.

Указанная рекламная конструкция располагается на внешней стене здания по адресу: ул. Зарубина, д. 42А, г. Йошкар-Ола, что нарушает требования пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

В соответствии с пунктами 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе несет рекламодатель, части 3 статьи 21 Закона о рекламе – рекламодатель и рекламораспространитель.

Реализацию алкогольной продукции в помещении по адресу: ул. Зарубина, д. 42А, г. Йошкар-Ола осуществляет ИП К. Следовательно, индивидуальный предприниматель является рекламодателем и рекламораспространителем спорной рекламы.

Ответственность за данное административное правонарушение предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей.

В силу части 1 статьи 1.5 КоАП РФ лицо подлежит административной ответственности только за те административные правонарушения, в отношении которых установлена его вина.

В соответствии с частью 1 статьи 2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Одним из обстоятельств, подлежащих выяснению по делу об административном правонарушении, является виновность лица в совершении административного правонарушения (статья 26.1 КоАП РФ).

В силу статьи 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.

Согласно статье 2.4 КоАП РФ административной ответственности подлежит должностное лицо в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

В соответствии с примечанием к статье 2.4 КоАП РФ лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, совершившие административные правонарушения, несут административную ответственность как должностные лица, если КоАП РФ не установлено иное.

ИП К. не приняла необходимых и достаточных мер для соблюдения законодательства о рекламе, хотя при должной внимательности и осмотрительности при размещении рекламы К. могла предвидеть последствия - возможность нарушения законодательства о рекламе, имела возможность выполнить возложенную на нее обязанность, и предотвратить совершение административного правонарушения, но не предприняла всех зависящих от нее мер по соблюдению действующего законодательства о рекламе.

Антимонопольный орган на основе собранных по делу доказательств приходит к выводу о том, что вина ИП К. в нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе установлена.

Место совершения административного правонарушения: ул. Зарубина, д. 42а, г. Йошкар-Ола, Республика Марий Эл.

Время совершения административного правонарушения: 15.11.2016 - дата обнаружения ненадлежащей рекламы специалистами Марийского УФАС России.

Состав административного правонарушения по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ, совершенного ИП К., образуют:

- объект административного правонарушения - установленный порядок производства, размещения и распространения рекламы;

- объективная сторона — действия И П К., направленные на распространение рекламы магазина разливных напитков «Пивоман», размещенной на внешней стене здания, расположенного по адресу: ул. Зарубина, д. 42а, г. Йошкар-Ола с нарушением требований пункта 5 части 2, части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»;

- субъект правонарушения – ИП К.;

- субъективная сторона - виновное совершение административного правонарушения, так как у И П К. имелась возможность соблюдения законодательства о рекламе, но ею не были приняты все зависящие от нее меры по его соблюдению.

Следовательно, установлено, что имело место событие административного правонарушения и факт его совершения ИП К. Кроме того, имелись основания для составления протокола об административном правонарушении, юридические признаки (противоправность, виновность, наказуемость) и все элементы состава административного правонарушения, предусмотренные нормой права (объект, объективная сторона, субъект, субъективная сторона).

Обстоятельств, исключающих производство по делу об административном правонарушении (ст. 24.5 КоАП РФ), не установлено.

Дополнительно должностным лицом был исследован вопрос о малозначительности.

Согласно статье 2.9 КоАП РФ при малозначительности совершенного административного правонарушения судья, орган, должностное лицо, уполномоченные решить дело об административном правонарушении, могут освободить лицо, совершившее административное правонарушение, от административной ответственности и ограничиться устным замечанием.

Согласно пункту 21 Постановления Верховного суда Российской Федерации от 24.03.2005 «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях» малозначительным административным правонарушением является действие или бездействие, хотя формально и содержащее признаки состава административного правонарушения, но с учетом характера совершенного правонарушения и роли правонарушителя, размера вреда и тяжести наступивших последствий не представляющее существенного нарушения охраняемых общественных правоотношений.

Такие обстоятельства, как, например, личность и имущественное положение привлекаемого к ответственности лица, добровольное устранение последствий правонарушения, возмещение причиненного ущерба, не являются обстоятельствами, характеризующими малозначительность правонарушения. Они в силу частей 2 и 3 статьи 4.1 КоАП РФ учитываются при назначении административного наказания.

Действия ИПК. содержат нарушение законодательства о рекламе и свидетельствуют о пренебрежительном отношении лица к исполнению своих обязанностей по соблюдению норм в сфере законодательства о рекламе.

Совершенное ИПК. правонарушение посягает на установленные нормативными правовыми актами гарантии на защиту потребителей от ненадлежащей рекламы, поскольку требования законодательства о рекламе, а также установление в части 1 статьи 14.3 КоАП РФ административной ответственности за их нарушение направлены на охрану прав потребителей от ненадлежащей рекламы, поскольку потребители признаются слабой стороной данных отношений, не обладающей специальными познаниями.

Марийское УФАС России приходит к выводу, что совершенное правонарушение несет существенную угрозу правоохраняемым отношениям.

В данном случае существенная угроза охраняемым общественным отношениям заключается не только в пренебрежительном отношении рекламодателя и рекламодателем к исполнению своих обязанностей в сфере соблюдения законодательства о рекламе, но и в пренебрежительном отношении к здоровью граждан Российской Федерации. Несоответствие спорной рекламы требованиям законодательства нарушает не только права и законные интересы потребителей на получение надлежащей и достоверной информации, но и создает потенциальную угрозу здоровью потребителей.

Законодательное закрепление специального состава административного правонарушения направлено на повышение ответственности рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламодателем за размещение рекламы алкогольной продукции и усиление контроля в этой сфере в целях недопущения причинения вреда жизни и здоровью граждан.

Таким образом, оценив характер и конкретные обстоятельства совершенного правонарушения, роль правонарушителя, должностное лицо Марийского УФАС России пришло к выводу о том, что совершенное ИП К. правонарушение несет существенную угрозу охраняемым общественным отношениям, в связи с чем, отсутствуют основания для признания его малозначительным.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей.

По смыслу части 2 статьи 4.1 КоАП РФ при назначении административного наказания физическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, личность виновного, его имущественное положение, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

В соответствии с частью 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 КоАП РФ 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 КоАП РФ.

В силу части 2 статьи 3.4 КоАП РФ 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.

Согласно сведениям, содержащимся на сайте Федеральной налоговой службы <https://rmsp.nalog.ru> в разделе «Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства» ИП К. (ИНН 550407796279) является субъектом малого предпринимательства.

Однако постановлением Татарстанского УФАС России от 24.03.2017 по делу № А08-100/2017 ИП К. привлечена к административной ответственности по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ. В настоящее время штраф оплачен (п/п № 422 от 13.04.2017).

Исходя из вышеизложенного, у должностного лица отсутствуют основания для применения правил статьи 4.1.1 КоАП РФ в отношении ИП К.

При назначении административного наказания должностное лицо Марийского УФАС России, руководствуясь частью 2 статьи 4.1 КоАП РФ, учитывает характер совершенного правонарушения, личность виновного и считает возможным назначить административное наказание ИП К. в виде штрафа в размере санкции в сумме 4 000 рублей.

Руководствуясь ст. 2.1, 2.2, 2.4, 4.1, 4.2, 4.3, ч. 1 ст. 14.3, 23.48, ч. 1 ст. 29.9, 29.10 КоАП РФ, статьями 5, 33, 38 Закона о рекламе,

ПОСТАНОВИЛА:

Привлечь индивидуального предпринимателя К. (ИНН 550407796279) к административной ответственности по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях и назначить наказание в виде штрафа в размере 4 000 (четырёх тысяч) 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.

В соответствии с частью 5 статьи 3.5 КоАП РФ сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме.

Реквизиты счетов для перечисления штрафа:

Администратор поступлений в бюджет – Марийское УФАС России

ИНН 1215026787, КПП 121501001, ОКАТО 88401000000

Наименование получателя – УФК по Республике Марий Эл (Марийское УФАС России)

Банк получателя – ГРКЦ НБ Республики Марий Эл Банка России г. Йошкар-Ола

БИК банка 048860001, счет получателя 40101810100000010001

код бюджетной классификации 161 1 16 26000 01 6000 140

УИН 0319882342050500000786253

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 частями 1 и 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу либо в суд в течение 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.

Заместитель руководителя –
начальник отдела