ИП С<...>

ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 89

о назначении административного наказания

по делу № 022/04/14.3- 765/2019 об административном правонарушении

02 октября 2019г. г. Барнаул

Я, заместитель руководителя управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю К<...>, рассмотрев протокол должностного лица управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю №55 от 19.09.2019г. и материалы дела №022/04/14.3-765/2019 об административном правонарушении, возбужденного в отношении ИП С<...> (далее - ИП С<...>)<...> г.р., ОГРНИП/ИНН: 317222500009721/ 228201479844, место рождения: <...>, адрес регистрации: <...>, в отсутствие ИП С<...>,

УСТАНОВИЛ:

В соответствии с ч.2 ст.25.1 КоАП РФ дело об административном правонарушении рассматривается с участием лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении. В отсутствие указанного лица дело может быть рассмотрено лишь в случаях, предусмотренных ч.3 ст.28.6 КоАП РФ, либо если имеются данные о надлежащем извещении лица о месте и времени рассмотрения дела и если от лица не поступало ходатайство об отложении рассмотрения дела либо если такое ходатайство оставлено без удовлетворения.

Лицо, в отношении которого ведется производство по делу надлежащим образом извещено о дате, времени и месте рассмотрения дела об административном правонарушении.

ИП С<...> направила ходатайство о рассмотрении дела в ее отсутствие (вхд. № 1912567 от 19.09.2019г.).

В соответствии со ст. 29.7 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях принято решение о рассмотрении дела в отсутствие лица, привлекаемого к административной ответственности.

Согласно протоколу об административном правонарушении №55 от 19.09.2019г. в действиях ИП С<...> допущено нарушение п. 5 ч. 2, п.6 ч.1 ст. 21 и п.3 ч.5 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе») и содержится состав административного правонарушения, предусмотренный ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Данное обстоятельство выразилось в следующем.

16 мая 2019 года в управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю поступило обращение гражданина РФ (вхд. №196342) о распространении в г.Барнауле по адресу: ул. Союза Республик, д.17 (магазин разливных напитков: «Привет, сосед!»), ненадлежащей рекламы алкогольной продукции, в которой усматриваются признаки нарушения Федерального закона

«О рекламе».

Антимонопольным органом в результате рассмотрения поступившего обращения установлено следующее.

На фасаде здания, расположенного по адресу: г.Барнаул, ул. Союза Республик, д.17 (магазин разливных напитков:«Привет, сосед!»), размещена наружная реклама следующего содержания:

-«БОЧКАРИ БОЧКАРИ ТАНКОВОЕ светлое пиво НАПРЯМУЮ С ПИВОВАРНИ чрезмерное употребление пива вредит вашему здоровью 18+»;

- рекламная конструкция с изображением образов: людей (мужчин), сидящих за столом и распивающих пенные напитки, наполненные в пивные кружки, а также животного (собаки). Указанная реклама сопровождается надписью: «предупреждаем о вреде чрезмерного потребления пива 18+».

На основании статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «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.

Обозначенная рекламная информация полностью соответствует законодательному определению понятия «реклама», является публичной, направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к алкогольной продукции (пиву), производителю рекламируемого товара (Бочкаревскому пивоваренному заводу «Бочкари»), а также процессу потребления алкогольной продукции, способствует поддержанию интереса к указанным объектам рекламирования и продвижению их на рынке.

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.

Согласно информации, размещенной на официальном сайте Бочкаревского пивоваренного завода http://corporate.bochkari.com/corporate/, «Алтай Хан» светлое, «Андреич» светлое, «Немецкое» светлое, «Чешское» светлое н/ф, «Жигулевское» светлое - является марками пива, производимой и реализуемой Бочкаревским пивоваренным заводом.

Согласно информации, размещенной в информационно-коммуникационной сети Интернет, выделяют два вида разливного пива: «обычное» разливное пиво, которое

в кран поступает из кеги (бочки) и «танковое» пиво, поступающее в кран из специальных больших емкостей – танков.

В рассматриваемой рекламе содержится информация: «…БОЧКАРИ ТАНКОВОЕ светлое пиво НАПРЯМУЮ С ПИВОВАРНИ…», что указывает на реализацию в магазине разливных напитков: «Привет, сосед!» алкогольной продукции (пива светлого) от Бочкаревского пивоваренного завода «Бочкари».

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

Согласно пункту 5 части 2 статьи 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.

Исходя из положений статьи 19 Федерального закона «О рекламе» следует, что законодательство о рекламе не содержит исчерпывающего перечня видов рекламных конструкций, в связи с чем, рекламной конструкцией является любое техническое средство стабильного размещения.

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.

Согласно Письму ФАС России №АК/76734/18 от 24.09.2018г. «О применении статьи 21 Федерального закона «О рекламе» в рекламе, содержащей сведения, формирующие интерес к пиву, как напитку, без указания на индивидуализирующие признаки товара, в частности, без конкретных наименований пива, объектом рекламирования алкогольная продукция не выступает.

Однако указание сведений, формирующих интерес к пиву, как напитку, в рекламе, объектом рекламирования которой выступает продавец товаров, позволяет сделать однозначный вывод о том, что объектом рекламирования выступает деятельность такого лица по продаже алкогольной продукции, представляющей собой пиво и напитки, изготовляемые на основе пива.

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).

Обозначенная рекламная информация: «…БОЧКАРИ ТАНКОВОЕ светлое пиво НАПРЯМУЮ С ПИВОВАРНИ…», содержит предупреждение, предусмотренное для рекламы алкогольной продукции в соответствии с ч. 3 ст.21 Федерального закона «О рекламе», что позволяет сделать однозначный вывод о том, что объектом рекламирования выступает алкогольная продукция (пиво), а такжепроизводитель

рекламируемого товара (Бочкаревский пивоваренный завод «Бочкари»), что указывает на нарушение п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

Кроме того, согласно п.6 ч.1 ст.21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна использовать образы людей и животных, в том числе выполненные с помощью мультипликации (анимации).

В соответствии с п.3 ч.5 ст. 5 Федерального 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.

Антимонопольным органом установлено, что на фасаде здания магазина разливных напитков: «Привет, сосед!» размещена рекламная конструкция с изображением образов: людей (мужчин), сидящих за столом и распивающих пенные напитки, наполненные в пивные кружки, а также животного (собаки). Указанная реклама сопровождается предупреждением, предусмотренным для рекламы алкогольной продукции в соответствии с ч. 3 ст.21 Федерального закона «О рекламе», а именно: «предупреждаем о вреде чрезмерного потребления пива 18+».

Таким образом, из совокупности рассматриваемой рекламной информации, а именно: присутствие в рекламе изображений образов: людей (мужчин), сидящих за столом и распивающих пенные напитки, наполненные в пивные кружки, животного (собаки), а также сопровождение рекламы предупреждением о вреде чрезмерного потребления пива, можно сделать вывод о том, что рассматриваемая реклама является рекламой алкогольной продукции (пива), в которой используются образы людей (мужчин) и животного (собаки). Кроме того, рассматриваемая реклама воспринимается как демонстрация процесса употребления алкогольной продукции (пива).

Учитывая изложенное, при размещении и распространении рассматриваемой рекламы алкогольной продукции (пива) нарушены требования п. 5 ч. 2, п.6 ч.1 ст. 21 и п.3 ч.5 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно п.4 ст.3 Федерального закона «О рекламе», ненадлежащая реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

18 июля 2019 года Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе признала ненадлежащей наружную рекламу алкогольной продукции (пива), размещенную и распространенную на фасаде здания, расположенного в г.Барнауле по адресу: ул. Союза Республик, д.17 (магазин разливных напитков: «Привет, сосед!»), ненадлежащей, так как при ее размещении нарушены требования п. 5 ч. 2, п.6 ч.1 ст. 21 и п.3 ч.5 ст. 5 Федерального закона «О рекламе». ИП С<...> признана нарушившей требования п. 5 ч. 2, п.6 ч.1 ст. 21 и п.3 ч.5 ст. 5 Федерального закона «О

рекламе».

В силу ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе» несет рекламораспространитель, ответственность за нарушение п.6 ч.1 ст. 21 и п.3 ч.5 ст. 5 несет рекламодатель.

Установлено, что рекламодателем и рекламораспространителем является ИП С<...>

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.

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.

На основании ст. 2.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, административной ответственности подлежит должностное лицо в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей. Лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, несут административную ответственность как должностные лица.

ИП С<...>, при размещении и распространении в г.Барнауле по по адресу: ул. Союза Республик, д.17 (магазин разливных напитков: «Привет, сосед!»), наружной рекламы алкогольной продукции (пива), нарушены требования п. 5 ч. 2, п.6 ч.1 ст. 21 и п.3 ч.5 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», что является правонарушением, ответственность за которое предусмотрена ч.1 ст.14.3 Кодекса 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 должностных лиц от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей.

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

У ИП С<...> при размещении рассматриваемой рекламы имелась возможность для соблюдения правил и норм, установленных законодательством о рекламе, но не были приняты все зависящие от неё меры по их соблюдению. Следовательно, в действиях ИП С<...> имеется вина в совершении правонарушения, ответственность

за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Антимонопольным органом не установлено обстоятельств, находящихся вне контроля ИП С<...> и препятствующих исполнению обязанностей по соблюдению законодательства о рекламе.

Следовательно, вина ИП С<...> в совершении правонарушения, предусмотренного ч.1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях доказана и подтверждается материалами дела об административном правонарушении, в том числе протоколом об административном правонарушении № 55 от 19.09.2019г.

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

Непринятие ИП С<...> должных мер по соблюдению требований п п. 5 ч. 2, п.6 ч.1 ст. 21 и п.3 ч.5 ст. 5 Закона о рекламе, привело к нарушению законодательства Российской Федерации о рекламе, что образует оконченный состав административного правонарушения и влечет ответственность в соответствии с частью 1 статьи 14.3. КоАП РФ.

19.09.2019г. ИП С<...> на составление и подписание протокола в назначенное время не явилась. Прокол об административном правонарушении был составлен в ее отсутствие, в присутствии представителя по доверенности К<...> (доверенность №1-374 от 01.02.2017г.). Копия протокола была направлена по почте заказным письмом с уведомлением о вручении 19.09.2019г.

Представитель по доверенности ИП С<...> К<...>, при составлении протокола, пояснил, что ИП С<...> является субъектом малого бизнеса. О нарушении требований Федерального закона «О рекламе» не знала. Нарушение устранено. На основании изложенного, просил заменить административное наказание в виде административного штрафа на предупреждение.

Установлены смягчающие обстоятельства, предусмотренные ст. 4.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, а именно: добровольное исполнение до вынесения постановления по делу об административном правонарушении лицом, совершившим административное правонарушение, предписания об устранении допущенного нарушения, выданного ему органом, осуществляющим государственный контроль (надзор) и муниципальный контроль.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, в соответствии со ст. 4.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, не установлено.

Федеральным законом от 03.07.2016 N 316-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» статья 4.1. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях дополнена статьей 4.1.1, устанавливающей, что 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 ст. 4 Федерального закона «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» к субъектам малого и среднего предпринимательства относятся внесенные в единый государственный реестр юридических лиц потребительские кооперативы и коммерческие организации (за исключением государственных и муниципальных унитарных предприятий), а также физические лица, внесенные в единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица (далее - индивидуальные предприниматели), крестьянские (фермерские) хозяйства, соответствующие следующим условиям:

- средняя численность работников за предшествующий календарный год не должна превышать следующие предельные значения средней численности работников для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства:

а) от ста одного до двухсот пятидесяти человек включительно для средних предприятий;

б) до ста человек включительно для малых предприятий; среди малых предприятий выделяются микропредприятия - до пятнадцати человек;

- выручка от реализации товаров (работ, услуг) без учета налога на добавленную стоимость или балансовая стоимость активов (остаточная стоимость основных средств и нематериальных активов) за предшествующий календарный год не должна превышать предельные значения, установленные Правительством Российской Федерации для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства.

Постановлением Правительства РФ от 13.07.2015 N 702 «О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства» установлены предельные значения выручки от реализации товаров (работ, услуг) за предшествующий календарный год без учета налога на добавленную стоимость для следующих категорий субъектов малого и среднего предпринимательства:

микропредприятия - 120 млн. рублей;

малые предприятия - 800 млн. рублей;

средние предприятия - 2 млрд. рублей.

Согласно выписке из Единого реестра субъектов малого и среднего

предпринимательства, по состоянию на 02.10.2019г., ИП С<...> относится к категории – микропредприятие.

Таким образом, ИП С<...> соответствует указанным условиям отнесения к категории субъектов малого и среднего предпринимательства – малое предпринимательство.

Согласно части 2 статьи 3.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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.

ИП С<...> впервые совершила нарушение рекламного законодательства, материалы, свидетельствующие о причинении имущественного ущерба либо вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, отсутствуют.

С учетом того, что ИП С<...>, является субъектом малого бизнеса, а также при наличии обстоятельств, установленных частью 2 статьи 3.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административное наказание в виде административного штрафа, предусмотренное частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, подлежит замене на предупреждение.

Применение предупреждения влечет для нарушителя соответствующие правовые последствия. Лицо, которому назначено предупреждение, считается подвергнутым данному наказанию в течение одного года со дня окончания исполнения постановления о назначении предупреждения. Если в течение года такое лицо совершит новое административное правонарушение, то к нему может быть применено более строгое административное наказание

Руководствуясь статьями 4.1.1., 4.1, 14.3, 23.48, 28.3, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

признать ИП С<...> (ОГРНИП/ИНН: 317222500009721/ 228201479844) виновной в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч.1 ст. 14.3 КоАП РФ, и назначить ей наказание в виде предупреждения.

В соответствии с ч. 3 ст. 30.1 и ч.1 ст. 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд по месту рассмотрения дела в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно ч. 1 ст. 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 02 октября 2019г.

Заместитель руководителя управления

Советник ГГС РФ 1 класса К<...>

Копия постановления направлена лицу, привлеченному к административной ответственности, почтовой связью, заказным письмом с уведомлением о вручении почтового отправления, а также по электронной почте. Дата направления постановления 02 октября 2019 года.