

ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 33

о назначении административного наказания по делу № 04-5/53

об административном правонарушении

27 июля 2017 г.

г. Хабаровск

Руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю, рассмотрев протокол об административном правонарушении от 27 июля 2017 года и материалы дела № 04-5/53 об административном правонарушении, в отношении индивидуального предпринимателя <...>

УСТАНОВИЛА:

В адрес Хабаровского УФАС России поступило обращение (от 10.04.2017 г. № 4/3582) о признаках нарушения рекламного законодательства в наружной рекламе следующего содержания: «Миг Бар. Комсомольское шоссе, 79, (возле магазина «В-Лазер»). Миг сверкает, как звезда, хорошо у нас всегда! Дни рождения, корпоративы и любые другие праздники. Вкусный свежий шашлык! Большой ассортимент вкусного живого пива! Спиртное, легкие закуски и хорошее настроение разрешается приносить с собой!».

В рекламе содержится фото изображение девушки, держащей в руках бокалы с пивом.

Данная реклама размещена по адресу: г. Комсомольск-на-Амуре ул. Лазо, 86, подъезд 2 - на доске объявлений.

При анализе рекламы на соответствие рекламному законодательству установлено следующее.

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» (далее 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

На основании статьи 3 Закона объектом рекламирования является товар, средство его индивидуализации, 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.

Содержащаяся в рекламе «Миг-Бара» информация «большой ассортимент

вкусного живого пива» в сочетании с изображением девушки с бокалами пива, направлена на привлечение внимания лиц к пиву, реализуемому в указанном питейном заведении, следовательно, объектом рекламирования является пиво.

В соответствии со статьей 2 Федерального закона "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции" пиво отнесено к алкогольной продукции.

Таким образом, информация, размещенная на доске объявлений, является рекламой алкогольной продукции и порядок ее распространения должен соответствовать статье 21 Закона.

Согласно пункту 6 части 1 Закона реклама алкогольной продукции не должна использовать образы людей и животных, в том числе выполненные с помощью мультимедиа (анимации).

Следовательно, содержащееся в рекламе фотоизображение девушки с бокалами пива противоречит указанным требованиям.

На основании части 3 статьи 21 Закона реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде её чрезмерного потребления, причём такому предупреждению должно быть отведено не менее чем 10 % рекламной площади.

В рекламе «Миг Бара» обязательная информация отсутствует, что является нарушением Закона.

Согласно части 2.1. статьи 21 Закона реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции разрешается только в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов.

Некоторые сорта пива относятся к алкогольной продукция с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции.

Реклама «Миг Бара» не содержит информацию о том, что в данном заведении предлагается большой ассортимент вкусного живого пива только с крепостью до 5 процентов, следовательно, реклама пива с различным содержанием этилового спирта вне мест стационарной торговли размещена в нарушение части 2.1 статьи 21 Закона.

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение пункта 6 и части 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель.

На основании части 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение части 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» несет рекламораспространитель.

Установлено, что реклама размещена на конструкции – доске объявлений без разрешения ее владельца – ООО «Новое время».

Деятельность по указанному в рекламе адресу (Комсомольское шоссе, 79, «Миг-Бар»), осуществляет я индивидуальный предприниматель <...> следовательно, она является лицом, в чьих интересах распространена реклама, то есть, рекламодателем и рекламораспространителем.

На основании части 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламораспространителем законодательства о рекламе (ненадлежащая реклама) влечет наложение административного штрафа.

В соответствии с частью 3.5 статьи 4.1, статьи 4.1.1 КоАП РФ административное наказание в виде предупреждения назначается за впервые совершенные административные правонарушения при отсутствии причинения вреда или 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.

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, за исключением случаев, предусмотренных частью 2 статьи 4.1.1 КоАП РФ.

В соответствии со сведениями из Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства от 20.04.2017 г. ИП <...> является субъектом малого предпринимательства и относится к категории «микропредприятие».

Административное правонарушение, совершенное ИП <...>., не входит в перечень административных правонарушений, указанных в ч. 2 ст. 4.1.1 КоАП РФ.

ИП <...>. ранее не привлекалась к административной ответственности за правонарушения, выявленные в ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства о рекламе.

Учитывая наличие указанных обстоятельств, руководствуясь частями 1, 2 статьи 3.5, частью 1 статьи 4.1.1, статьями 23.48, 29.9, а также частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛА:

Признать индивидуального предпринимателя <...>виновной в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, и назначить ей наказание в виде предупреждения.

В соответствии с пунктом 3 части 1 и частью 3 статьи 30.1 КоАП, а также частью 1 статьи 30.3 КоАП постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно статье 31.1 КоАП 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.