

**Управление Федеральной антимонопольной службы
по Республике Коми**

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

**о назначении административного наказания по делу
об административном правонарушении № 011/04/14.3-287/2021**

11 июня 2021 года

№ 03-06/4262

г. Сыктывкар

ИП <...>

<...>

<...> (далее – Коми УФАС России), адрес места нахождения: 167000, Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Интернациональная, д. 160, корпус А, <...>, рассмотрев протокол от 26.04.2021 и материалы дела № 011/04/14.3-287/2021 о совершении индивидуальным предпринимателем <...>, <...>, ИНН <...>, ОГРНИП <...> (далее – ИП <...>) административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об

административных правонарушениях (далее - КоАП РФ),

УСТАНОВИЛА:

Настоящее дело возбуждено протоколом Коми УФАС России от 26.04.2021, составленным в отсутствие ИП <...>, надлежащим образом извещённого о времени и месте составления протокола об административном правонарушении.

Определением Коми УФАС России № 03-06/2987 от 27.04.2021 рассмотрение дела № 011/04/14.3-287/2021 назначено на 11.05.2021.

Определением Коми УФАС России № 03-06/3328 от 11.05.2021 срок рассмотрения дела № 011/04/14.3-287/2021 продлён до 11.06.2021, рассмотрение административного дела отложено на 11.06.2021.

Административное дело рассмотрено 11.06.2021 в отсутствие ИП <...>, надлежащим образом извещённого о времени и месте рассмотрения дела, что подтверждается уведомлением ПАО «Ростелеком» от 01.06.2021 (вх. № 2820-э от 02.06.2021) о вручении телеграммы.

Ходатайств и заявлений от ИП <...> не поступало.

В ходе рассмотрения дела об административном правонарушении должностным лицом Коми УФАС России установлено следующее.

В Коми УФАС России поступило обращение <...> от 27.10.2020 (вх. № 5534-э от 27.10.2020) о ненадлежащей рекламе алкогольной продукции на странице сообщества «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» в социальной сети «ВКонтакте» (<https://vk.com/bullsyk>).

По результатам рассмотрения обращения было принято решение о возбуждении дела № 011/05/21-828/2020 в отношении ООО «Быки» по признакам нарушения п. 1, п. 3, п. 6 ч. 1 ст. 21, п. 8 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), о чём вынесено соответствующее определение № 03-01/9601 от 30.11.2020.

Из материалов дела № 011/05/21-828/2020 (далее – рекламное дело) усматривается нижеследующее.

Интернет-страница по адресу <https://vk.com/bullsyk> является страницей в социальной сети «ВКонтакте» лица, оказывающего услуги в «GastroPub БЫКИ Grill&Bar». Указанная страница в социальной сети содержит сведения об ассортименте товаров (меню), в том числе с указанием их стоимости, а также контактную информацию.

Часть записей сообщества содержит изображения бутылок с этикетками и (или) бокалов, на которых чётко различимы названия торговых марок конкретной алкогольной продукции и изображения их логотипов (товарных знаков).

Так, 30.09.2020 в сообществе «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» размещено сообщение следующего содержания: «Сегодня среда, половина рабочей недели осталась уже позади. Если дела и заботы успели уже утомить или вы просто хотите развеяться и провести приятно время, то мы ждем вас сегодня в GastroPub БЫКИ Grill&Bar У нас хорошо в любое время! ул. Первомайская, д. 20 <...>; <...>. Режим работы: Вс-Чт 14:00 - 00:00 Пт-Сб 14:00 - 02:00». Под сообщением размещена фотография с изображением крупным планом трёх бутылок виски: «Chivas Regal 12», «Jameson» и «Jim Beam».

03.09.2020 в сообществе «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» размещено сообщение следующего содержания: «В этот четверг делаем ставку на мясо из меню БЫКИ Grill&Bar А как по-другому? На то он и четверг, на то он и Мальчишник в нашем баре Все для настоящих мужчин: мясо, напитки и скидка 10% на все мужским компаниям от 2-х человек ул. Первомайская, д. 20 <...>; <...>. Режим работы: Вс-Чт 14:00 - 00:00 Пт-Сб 14:00 - 02:00». Под сообщением размещены две фотографии, на одной из которых изображены две бутылки виски: «Jameson» и «Jim Beam».

01.09.2020 в сообществе «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» размещено сообщение следующего содержания: «А знаете ли вы, что хмельное удовольствие позволяли себе раньше каждый рабочий. Ведь пиво обладало большой питательной ценностью, поэтому особенно ценилось у людей, занятых тяжелым физическим трудом. Его пили строители, рабочие и ремесленники, а варили, как правило, местные монастырские ордены. Советуем побаловать себя в этот трудовой день! Вспомнить о традициях и наградить себя бокалом-другим отменного пива от БЫКИ Grill&Bar ул. Первомайская, д. 20 <...>; <...>. Режим работы: Вс-Чт 14:00 - 00:00 Пт-Сб 14:00 - 02:00». Под сообщением размещены две фотографии. На одной из фотографий изображена кружка, наполненная пенной жидкостью тёмно-оранжевого цвета, с надписью «Budweiser Budvar» и изображением логотипа торговой марки пива. На второй фотографии изображены три бокала, наполненные пенной жидкостью жёлтого цвета; один из бокалов расположен на переднем плане фотографии, на нём содержится изображение логотипа торговой марки пива «Blanche de Bruxelles».

20.08.2020 в сообществе «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» размещено сообщение следующего содержания: «Свежее пенное — сильнее обстоятельств. Один бокал способна вмешаться в причинно-следственную связь и окружить тебя веселыми приключениями. Начиная пятницу в четверг — приходи с друзьями в БЫКИ Grill&Bar, получи скидку 10% для мужской компании на все меню. В БЫКИ Grill&Bar МАЛЬЧИШНИК, а значит можно все! ул. Первомайская, д. 20 <...>; <...>. Режим работы: Вс-Чт 14:00 -

00:00 Пт-Сб 14:00 - 02:00». Под сообщением размещены две фотографии. На одной из фотографий изображён бокал, наполненный пенной жидкостью коричневого цвета, с надписью «Guinness» и изображением логотипа торговой марки пива. На второй фотографии изображены три бокала, наполненные пенной жидкостью жёлтого цвета; один из бокалов расположен на переднем плане фотографии, на нём содержится изображение логотипа торговой марки пива «Blanche de Bruxelles».

20.03.2020 в сообществе «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» размещено сообщение следующего содержания: «Гречки нет, зато есть стейки и много пенного Ждём в гости». Под сообщением размещены две фотографии. На одной из фотографий изображены три бокала, наполненные пенной жидкостью жёлтого цвета; один из бокалов расположен на переднем плане фотографии, на нём содержится изображение логотипа торговой марки пива «Blanche de Bruxelles».

13.03.2020 в сообществе «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» размещено сообщение следующего содержания: «Виски — сильнее обстоятельств. Одна порция способна вмешаться в причинно-следственную связь и окружить тебя веселыми приключениями. Начни выходные правильно — приходи в БЫКИ Grill&Bar на ужин и оцени знаменитый напиток. #быкисыктывкар ул. Первомайская, д. 20 <...>; <...>. Режим работы: Вс-Чт 14:00 - 00:00 Пт-Сб 14:00 - 02:00». Под сообщением размещены две фотографии, на одной из которых изображена бутылка виски «Jack Daniel's», а также два стакана со льдом. На другой фотографии изображена крупным планом бутылка виски «Jim Beam».

12.03.2020 в сообществе «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» размещено сообщение следующего содержания: «Наш совет на сегодня: Бронируй столик, приходи с друзьями а БЫКИ Grill&Bar, общайся, проводи весело время, смотри футбол, болей за наших! А мы накормим, напоим, сделаем СКИДКУ 20% мужским компаниям и угостим фирменной клюквенной настойкой всех, кто бронирует столик! Вот адрес и телефоны: До встречи в БЫКИ Grill&Bar ул. Первомайская, д. 20 <...>; <...>. Режим работы: Вс-Чт 14:00 - 00:00 Пт-Сб 14:00 - 02:00». Под сообщением размещена фотография с изображением крупным планом мужчины, держащего в одной руке бутылку ликёра «Cointreau» и наливающего содержимое бутылки в один из трёх стаканов, стоящих перед ним.

16.02.2020 в сообществе «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» размещено сообщение следующего содержания: «Завтрак съешь сам, обед подели с другом, а на ужин иди в БЫКИ Grill&Bar ! За сочными стейками на гриле и любимыми напитками. Потому что каждый день достоин такого завершения. #быкисыктывкар ул. Первомайская, д. 20 <...>; <...>. Режим работы: Вс-Чт 14:00 - 00:00 Пт-Сб 14:00 - 02:00». Под сообщением размещены две фотографии. На одной из фотографий изображены три бокала, наполненные пенной жидкостью жёлтого цвета; один из бокалов расположен

на переднем плане фотографии, на нём содержится изображение логотипа торговой марки пива «Blanche de Bruxelles».

22.01.2020 в сообществе «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» размещено сообщение следующего содержания: «Бланш де Брюссель – это нефильтованное пиво, которое также нередко называют элем или витбиром. Как и любое качественное бельгийское пиво, в Бланш де Брюссель преобладает ровный и равномерный окрас. В основе цвета именно этого продукта лежит светло-соломенная консистенция. Вкус базируется на шлейфах апельсиновой цедры, легкой кислинке, хлебных нюансах и пшеничной доле. Читать про пенное, конечно, приятно, но после лучше заглянуть к нам, чтобы его попробовать ул. Первомайская, д. 20 <...>; <...>. Режим работы: Вс-Чт 14:00 - 00:00 Пт-Сб 14:00 - 02:00». Под сообщением размещена фотография, на которой изображён бокал, наполненный пенной жидкостью жёлтого цвета с изображением логотипа торговой марки пива «Blanche de Bruxelles».

13.01.2020 в сообществе «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» размещено сообщение следующего содержания: «Броооо!!! Не забывай про старый Новый год Это ещё один отличный повод зайти в гости и насладиться хорошей кухней и тёплой атмосферой! ул. Первомайская, д. 20 <...>; <...>. Режим работы: Вс-Чт 14:00 - 00:00 Пт-Сб 14:00 - 02:00». Под сообщением размещена фотография, на которой изображены крупным планом ёлка и две бутылки виски: «Jameson» и «Chivas Regal 12».

Кроме того, из скриншота, представленного заявителем, следует, что 10.10.2020 в сообществе «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» было размещено сообщение следующего содержания: «Если счастье заканчивается слишком быстро, то попробуй брать на литр больше А к нему хорошо бы добавить сочный рибай стейк, колбаски-гриль или бургер ул. Первомайская, д. 20 <...>; <...>. Режим работы: Вс-Чт 14:00 - 00:00 Пт-Сб 14:00 - 02:00». Под сообщением были размещены две фотографии, на одной из которых изображены три бокала, наполненные пенной жидкостью жёлтого цвета; один из бокалов расположен на переднем плане фотографии, на нём содержится изображение логотипа торговой марки пива «Blanche de Bruxelles». В настоящее время в указанную запись внесены изменения – фотография с изображением бокалов с пивом удалена.

Также заявителем представлены скриншот и видеозапись, из которых следует, что 25.10.2020 в сообществе «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» было размещено сообщение следующего содержания: «Как много блюд из кукурузы ты знаешь? Мы вспомнили поп-корн, на гриле, молдавскую мамалыгу, зернышки из банки. Но в воскресенье у нас взрослая кухня: мы приготовили отличный бурбон! Ну как приготовили – достали из наших запасов пару бутылок золотистого Jim Beam и ждем тебя за стойкой рассказать, как для него в далеком Канзасе суровые американские фермеры растянут кукурузу. ул. Первомайская, д. 20 <...>; <...>. Режим работы: Вс-Чт 14:00 - 00:00

Пт-Сб 14:00 - 02:00». Под сообщением был размещён видеоролик, демонстрирующий на первом плане бутылку виски «Jim Beam», на втором плане – человека, подкатывающего бочку по направлению к бутылке.

Из письма ФАС России от 28.11.2013 № АК/47658/13 «О квалификации конструкций в качестве рекламных или информационных» следует, что в случае размещения фотографий каких-либо товаров или каких-либо изображений (например, бутылка вина, пивная бочка, пивная кружка, какая-либо техника, одежда и т.п.) без индивидуализирующих признаков указанных товаров, такие изображения не могут быть признаны рекламными, поскольку не преследуют цели продвижения товара на рынке.

В приведённых выше сообщениях содержатся индивидуализирующие признаки товара (наименование, марка или товарный знак). Следовательно, указанные сообщения выделяют рассматриваемые товары среди прочих однородных товаров.

Содержание, стиль оформления и подачи рассматриваемой информации свидетельствует о направленности на привлечение внимания неопределенного круга лиц – посетителей Интернет-страницы к представляемой алкогольной продукции, а также на её выделение среди иной продукции, реализуемой в пабе «БЫКИ». В связи с чем, усматривается, что подобный способ размещения информации об алкогольной продукции подпадает под признаки рекламы.

Таким образом, указанная информация содержит следующие признаки рекламы:

- распространена посредством размещения в сети Интернет на странице сообщества «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» в социальной сети «ВКонтакте»;

- адресована неопределенному кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования – алкогольной продукции («Chivas Regal 12», «Jameson», «Jim Beam», «Blanche de Bruxelles», «Guinness», «Jack Daniel's», «Cointreau»), бару «Быки», формирование или поддержание интереса к ним, и их продвижение на рынке.

При таких обстоятельствах указанная информация является рекламой (далее – рассматриваемые рекламы).

В силу п. 1 ч. 1 ст. 21 Закона о рекламе реклама алкогольной продукции не должна содержать утверждение о том, что употребление алкогольной продукции имеет важное значение для достижения общественного признания, профессионального, спортивного или личного успеха либо способствует улучшению физического или эмоционального состояния.

Согласно п. 3 ч. 1 ст. 21 Закона о рекламе реклама алкогольной продукции не должна содержать утверждение о том, что алкогольная продукция безвредна или полезна для здоровья человека, в том числе информацию о наличии в алкогольной продукции биологически активных добавок, витаминов.

В соответствии с п. 6 ч. 1 ст. 21 Закона о рекламе реклама алкогольной продукции не должна использовать образы людей и животных, в том числе выполненные с помощью мультипликации (анимации).

В силу п. 8 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе реклама алкогольной продукции не должна размещаться в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Согласно ч. 3 ст. 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).

В части 4 статьи 2 Закона о рекламе закреплено, что 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.

В соответствии с п. 7 ст. 2 Федерального закона № 171-ФЗ от 22.11.1995 «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 пунктам 12.1, 13.1 статьи 2 Федерального закона № 171-ФЗ от 22.11.1995 «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции»:

- ликерное вино - алкогольная продукция с содержанием этилового спирта от 15 до 22 процентов объема готовой продукции, произведенная в результате полного или неполного брожения целых или дробленых ягод винограда, иных фруктов либо виноградного или иного фруктового сусла с добавлением или без добавления концентрированного виноградного или иного фруктового сусла, ректификованного концентрированного виноградного или иного фруктового сусла, без добавления (за исключением специального вина) этилового спирта, за исключением винного дистиллята, ректификованного винного дистиллята, виноградного дистиллята, ректификованного виноградного дистиллята, иного фруктового дистиллята. При производстве ликерного вина с защищенным географическим указанием, ликерного вина с защищенным наименованием места происхождения допускается добавление ректификованного этилового спирта, произведенного из пищевого сырья (специальное вино);

- пиво – алкогольная продукция с содержанием этилового спирта, образовавшегося в процессе брожения пивного сусла, которая произведена из пивоваренного солода, хмеля и (или) полученных в результате переработки хмеля продуктов (хмелепродуктов), воды с использованием пивных дрожжей, без добавления этилового спирта, ароматических и вкусовых добавок.

В пункте 16 Информационного письма Президиума Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37 «Обзор Практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» указано, что информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Рассматриваемые рекламы вызывают у потребителей ассоциацию с определенным товаром – алкогольной продукцией. В связи с чем, такие рекламы не являются явно не относящимися к рекламе алкогольной продукции. Следовательно, при их размещении должны соблюдаться требования ст. 21 Закона о рекламе.

Рассматриваемые рекламы не содержат предупреждения о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции.

В двух из рассматриваемых реклам, размещённых 12.03.2020 и 25.10.2020, использованы образы людей.

В рекламном сообщении от 01.09.2020 указано, в том числе следующее: «А знаете ли вы, что хмельное удовольствие позволяли себе раньше каждый рабочий. Ведь пиво обладало большой питательной ценностью, поэтому особенно ценилось у людей, занятых тяжелым физическим трудом. Его пили строители, рабочие и ремесленники, а варили, как правило, местные монастырские ордены. Советуем побаловать себя в этот трудовой день! Вспомнить о традициях и наградить себя бокалом-другим отменного пива от

БЫКИ Grill&Bar». Усматривается, что данная реклама содержит утверждение о том, что алкогольная продукция полезна для здоровья человека.

В рекламном сообщении от 20.08.2020 указано, что свежее пенное – сильнее обстоятельств, один бокал способен вмешаться в причинно-следственную связь и окружить веселыми приключениями.

В рекламном сообщении от 13.03.2020 указано, что виски – сильнее обстоятельств, одна порция способна вмешаться в причинно-следственную связь и окружить веселыми приключениями.

В рекламном сообщении от 10.10.2020 указано: «Если счастье заканчивается слишком быстро, то попробуй брать на литр больше».

Усматривается, что указанные рекламные сообщения от 20.08.2020, 13.03.2020 и 10.10.2020 содержат утверждение о том, что употребление алкогольной продукции способствует улучшению эмоционального состояния.

Кроме того, рассматриваемые рекламы алкогольной продукции размещены в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

При таких обстоятельствах все рассматриваемые рекламы распространены с нарушением требований п. 8 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе; рекламные сообщения от 12.03.2020 и 25.10.2020 размещены с нарушением требований п. 6 ч. 1 ст. 21 Закона о рекламе; рекламное сообщение от 01.09.2020 размещено с нарушением требований п. 3 ч. 1 ст. 21 Закона о рекламе; рекламные сообщения от 20.08.2020, 13.03.2020 и 10.10.2020 размещены с нарушением требований п. 1 ч. 1 ст. 21 Закона о рекламе.

Согласно частям 6, 7 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за распространение рекламы, не соответствующей требованиям ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе, несут и рекламодаделец, и рекламодатель.

В соответствии с ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за распространение рекламы, не соответствующей требованиям п. 8 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за распространение рекламы, не соответствующей требованиям п. 1, п. 3, п. 6 ч. 1 ст. 21 Закона о рекламе, несет рекламодаделец.

Частью 8 ст. 38 Закона о рекламе предусмотрено, что рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в частях 6 и 7 настоящей статьи, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламодаделец - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В силу п. 7 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно п. 6 ст. 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Из письменных пояснений и копий документов, представленных ООО «Быки» в материалы рекламного дела, следует, что ООО «Быки» 05.11.2020 направило в адрес Управления Роспотребнадзора по Республике Коми уведомление о начале осуществления предпринимательской деятельности в баре «Быки» (рег. № 11.РЦ.01.000.В003250.11.20 от 09.11.2020); Обществу выдана лицензия № 11РПО0000630 от 30.11.2020 на осуществление розничной продажи алкогольной продукции при оказании услуг общественного питания в баре «Быки»; срок действия лицензии: с 01.12.2020 по 30.11.2021.

Из письменных пояснений ООО «Быки» следует, что с даты получения указанной лицензии Общество приступило к осуществлению деятельности в баре «Быки».

ООО «Быки» указало, что Общество не занимается рекламной деятельностью, в том числе не размещало в социальных сетях рекламную информацию, датированную ранее начала осуществления деятельности в баре «Быки»; доказать наличие данных записей или объяснить их происхождение Общество не может.

ООО «Быки» представило в материалы рекламного дела копию договора субаренды № 1 от 29.07.2020 и дополнительного соглашения к нему от 20.08.2020. По указанному договору арендодатель – ИП <...> предоставляет, а арендатор – ООО «Быки» принимает в субаренду нежилые встроенные помещения по адресу: Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Первомайская, д. 20 для организации деятельности в соответствии с уставом. Согласно п. 1.2 указанного договора настоящий договор действует с 29.07.2020 по 29.04.2023.

Также в материалы рекламного дела представлен подписанный сторонами 29.07.2020 акт приема-передачи нежилого помещения в субаренду по договору № 1 от 29.07.2020.

Рекламное дело № 011/05/21-828/2020 возбуждено по фактам распространения в сообществе «GastroPub Быки Grill&Bar Сыктывкар» рекламных сообщений, опубликованных 25.10.2020, 10.10.2020, 30.09.2020, 03.09.2020, 01.09.2020, 20.08.2020, 20.03.2020, 13.03.2020, 12.03.2020, 16.02.2020, 22.01.2020, 13.01.2020.

Из пояснений ООО «Быки» усматривается, что Общество не осуществляло деятельность в баре «Быки» в указанное время и не размещало рекламу.

Согласно письменным пояснениям ООО «Быки», имеющимся в материалах рекламного дела, в качестве <...> в сообществе значится <...> ООО «Быки» <...>, так как она является официально трудоустроенным сотрудником на должности <...> в баре «Быки» у ИП <...>.

В материалы рекламного дела представлена копия трудовой книжки <...>, из записей которой следует, что <...> с <...> по <...> работала в должности <...> у индивидуального предпринимателя <...>, ОГРНИП <...>, ИНН <...> (далее – ИП <...>), с <...> по настоящее время <...> работает в должности <...> у ИП <...>.

Из пояснений ООО «Быки» следует, что до <...> деятельность в баре «Быки» осуществлял ИП <...>.

Определением № 03-01/10622 от 28.12.2020 к участию в деле в качестве лица, располагающего сведениями о рассматриваемых Комиссией обстоятельствах, привлечен ИП <...>.

ИП <...> представил в материалы рекламного дела письменные пояснения, в которых указал, что с <...> по <...> деятельность в баре «Быки» осуществляла ИП <...>, с <...> деятельность в указанном баре осуществлял ИП <...>.

ИП <...> представил в материалы рекламного дела копию договора аренды нежилого помещения, находящегося в собственности арендодателя, № 2505-2020-П20 от 25.05.2020, а также копию акта приема-передачи нежилого помещения по указанному договору. Согласно данному договору арендодатель – ИП <...> сдает, а арендатор – ИП <...> принимает в аренду нежилое помещение по адресу: Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Первомайская, д. 20 для использования под кафе.

Согласно письменным пояснениям ИП <...>, представленным в материалы рекламного дела, в целях рекламного размещения, продвижения, заполнения данных о группе «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» в социальной сети «ВКонтакте» (<https://vk.com/bullsyk>) ИП <...> обратился к лицу, занимающимся этим делом «фриланс», удалённо. Адресом, договором и другими данными обменяться не успели, так как определили, что оплата будет произведена после того, как указанное лицо проделает работу по продвижению указанного сообщества в социальной сети. На данный момент страница указанного лица удалена, предоставить его электронный адрес нет возможности.

Как указал ИП <...>, записи, выходящие в группе «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» в социальной сети «ВКонтакте» (<https://vk.com/bullsyk>), он просматривал не все, поэтому о пунктах нарушения не знал; после того как получил определение по рекламному делу, хотел просмотреть фото- и видеоматериалы, нарушающие законодательство о рекламе, но это было невозможно, поскольку на тот момент их уже не было. В настоящий момент

продвижением группы «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» в социальной сети «ВКонтакте» (<https://vk.com/bullsyk>) ИП <...> занимается лично.

В письме ФАС России от 25.09.2019 № АК/83509/19 «О разъяснении по вопросу рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» указано следующее.

Учитывая тот факт, что сайт является информационным ресурсом и создается с целью размещения наиболее полной информации, например, о деятельности компании, ее товарах и услугах, и последующего ознакомления заинтересованных лиц с данной информацией, посещение сайта рассматривается как возможность для потребителя получить необходимый объем сведений о компании, реализуемых товарах, акциях и т.п. в целях правильного потребительского выбора. Такие сведения носят информационный и справочный характер, соответственно на них положения Закона о рекламе не распространяются.

Вместе с тем, в исключительных случаях, когда размещаемая на сайте информация направлена не столько на информирование потребителей о деятельности организации или реализуемых товарах, сколько на выделение определенных товаров или самой организации среди однородных товаров, организаций (например, в виде всплывающего баннера), такая информация может быть признана рекламой.

Комиссия, с учётом содержания рассматриваемых публикаций, особенностей оформления и подачи информации, пришла к выводу, что такая информация выделяет определённые объекты рекламирования среди ряда однородных и формирует интерес к ним. Изображения алкогольной продукции в совокупности с сопровождающими данные изображения средствами индивидуализации, текстовой информацией направлены на привлечение внимания, формирование или поддержание интереса к определенной алкогольной продукции. Указанная информация доводится до неопределенного круга лиц и выделяет объекты рекламирования на фоне аналогичных товаров, способствуя их продвижению на рынке.

При этом, как следует из материалов рекламного дела, рассматриваемые публикации выделяют только некоторые виды алкогольной продукции, реализуемой в пабе, однако они не составляют весь его ассортимент, что подтверждается представленным Обществом в материалы рекламного дела меню паба «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар», а также меню паба «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар», размещённым на странице сообщества «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» в социальной сети «ВКонтакте». Данное свидетельствует о преимущественном привлечении внимания к определённым товарам, выделении их на фоне остальных.

Таким образом, рассматриваемые публикации содержат все правовые признаки рекламы, установленные п. 1 ст. 3 Закона о рекламе, в том числе формируют или поддерживают интерес к объектам

рекламирования – пабу «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» и конкретной алкогольной продукции, реализуемой в пабе; использованные в публикациях формулировки и изображения преследует цель продвижения на рынке указанных товаров. В связи с чем, рассматриваемые публикации являются рекламой.

Из материалов рекламного дела усматривается, что рекламодателем и рекламодателем рассматриваемых реклам является ИП <...>.

ИП <...> не предпринято должных мер, направленных на соблюдение требований законодательства Российской Федерации о рекламе при распространении рассматриваемых реклам, что и привело к рассматриваемому нарушению.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение требований Закона о рекламе произошло по вине рекламодателя и рекламодателя рассматриваемых реклам - ИП <...>.

Таким образом, ИП <...> нарушены требования п. 8 ч. 2 ст. 21, ч. 3 ст. 21, п. 6 ч. 1 ст. 21, п. 3 ч. 1 ст. 21, п. 1 ч. 1 ст. 21 Закона о рекламе.

Решением Комиссии № 03-01/1984 от 24.03.2021 рассматриваемые рекламы признаны ненадлежащими.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 6 настоящей статьи, частью 4 статьи 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, - влечёт наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей.

Рассматриваемые действия не подпадают под признаки административных правонарушений, предусмотренных частями 2 - 6 статьи 14.3, частью 4 статьи 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 КоАП РФ.

С учётом изложенного, ИП <...> допустил административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

По состоянию на 01.03.2021 распространение реклам, размещённых 03.09.2020, 01.09.2020, 20.08.2020, 20.03.2020, 13.03.2020, 22.01.2020, 13.01.2020, 10.10.2020, 25.10.2020 на странице сообщества «GastroPub БЫКИ Grill&Bar Сыктывкар» в социальной сети «ВКонтакте» (<https://vk.com/bullsyk>), прекращено. По состоянию на 11.03.2021 распространение реклам, размещённых 30.09.2020, 12.03.2020 на указанной странице в социальной сети «ВКонтакте», прекращено. По состоянию на 15.04.2021 распространение рекламы, размещённой 16.02.2020 на указанной странице в социальной сети «ВКонтакте», прекращено.

В силу ч. 1 ст. 4.5 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении не может быть вынесено за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе по истечении одного года со дня совершения административного правонарушения.

С учётом изложенного, время совершения административного правонарушения на дату вынесения настоящего постановления: с 03.09.2020 по 01.03.2021, с 01.09.2020 по 01.03.2021, с 20.08.2020 по 01.03.2021, с 12.06.2020 по 01.03.2021, с 12.06.2020 по 01.03.2021, с 12.06.2020 по 01.03.2021, с 12.06.2020 по 01.03.2021, с 10.10.2020 по 01.03.2021, с 25.10.2020 по 01.03.2021, с 30.09.2020 по 11.03.2021, с 12.06.2020 по 11.03.2021, с 12.06.2020 по 15.04.2021.

Место совершения административного правонарушения: Российская Федерация.

Согласно ст. 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. Лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, совершившие административные правонарушения, несут административную ответственность как должностные лица, если настоящим Кодексом не установлено иное.

Из материалов административного и рекламного дел следует, что ИП <...> не предпринял достаточных мер для недопущения нарушения рекламного законодательства, по сути, уклонился от обязанности по контролю за соответствием рассматриваемых реклам требований рекламного законодательства, что является зоной ответственности рекламодателя и рекламодателем.

В связи с чем, обстоятельств, как исключающих возможность соблюдения ИП <...> требований рекламного законодательства, так и свидетельствующих о принятии всех зависящих от него мер по соблюдению требований рекламного законодательства, не усматривается.

Исследовав материалы административного и рекламного дел, должностное лицо приходит к выводу о том, что вина ИП <...> в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, является установленной.

В соответствии с ч. 2 ст. 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.

Должностное лицо считает возможным учесть в качестве обстоятельств, смягчающих административную ответственность ИП <...>: добровольное исполнение до вынесения постановления по делу об административном правонарушении лицом, совершившим административное правонарушение, предписания об устранении допущенного нарушения, выданного ему Коми УФАС России; совершение правонарушения впервые.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, предусмотренных ст. 4.3 КоАП РФ, в ходе рассмотрения дела не установлено.

Обстоятельств, исключающих производство по делу об административном правонарушении, предусмотренных ст. 24.5 КоАП РФ, в ходе рассмотрения дела не установлено.

Все процессуальные права лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, предусмотренные КоАП РФ, соблюдены.

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

Из положений пункта 18.1 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» следует, что квалификация правонарушения как малозначительного может иметь место только в исключительных случаях, при квалификации правонарушения в качестве малозначительного необходимо исходить из оценки конкретных обстоятельств его совершения. Малозначительность правонарушения имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям.

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.

Состав административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, является формальным и не требует материально-правовых последствий содеянного.

Сравнительный анализ санкций, содержащихся в КоАП РФ, свидетельствует о том, что нарушение законодательства о рекламе обладает высокой степенью общественной опасности.

В соответствии со ст. 1.2 КоАП РФ задачами законодательства об административных правонарушениях являются, в том числе, защита общества и государства от административных правонарушений, предупреждение административных правонарушений.

Целями Закона о рекламе являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Требования законодательства о рекламе, а также установление в ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ административной ответственности за их нарушение направлены на охрану прав потребителей от ненадлежащей рекламы, поскольку потребители признаются слабой стороной данных отношений.

Каких-либо обстоятельств, характеризующих случай нарушения ИП <...> как исключительный, не установлено, а им таковых не приведено.

Оценив фактические обстоятельства дела, характер и степень общественной опасности совершенного правонарушения, должностное лицо пришло к выводу о том, что в данном случае существенная угроза охраняемым общественным отношениям заключается в отсутствии должной предусмотрительности и пренебрежительном отношении ИП <...> к исполнению своих публично-правовых обязанностей и несоблюдении требований Закона о рекламе.

В связи с изложенным, рассматриваемое административное правонарушение не может быть признано малозначительным.

Согласно ст. 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 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. Административное наказание в виде административного штрафа не подлежит замене на предупреждение в случае совершения административного правонарушения,

предусмотренного статьями 14.31 - 14.33, 19.3, 19.5, 19.5.1, 19.6, 19.8 - 19.8.2, 19.23, частями 2 и 3 статьи 19.27, статьями 19.28, 19.29, 19.30, 19.33 настоящего Кодекса. В случае замены административного наказания в виде административного штрафа на предупреждение дополнительное административное наказание, предусмотренное соответствующей статьей раздела II настоящего Кодекса или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, не применяется.

Согласно Единому реестру субъектов малого и среднего предпринимательства, размещенному на сайте ФНС России, ИП <...> включён в реестр как микропредприятие.

В соответствии с п. 19.1 постановления Пленума ВАС РФ от 02.06.2004 № 10 в силу пункта 2 части 1 статьи 4.3 КоАП РФ одним из обстоятельств, отягчающих административную ответственность, является повторное совершение однородного административного правонарушения, если за совершение первого административного правонарушения лицо уже подвергалось административному наказанию, по которому не истек срок, предусмотренный статьей 4.6 КоАП РФ.

При применении указанной нормы судам следует учитывать, что однородными считаются правонарушения, ответственность за совершение которых предусмотрена одной статьей Особенной части КоАП РФ.

Согласно п. 2 ч. 1 ст. 4.3 КоАП РФ обстоятельствами, отягчающими административную ответственность, в том числе признается повторное совершение однородного административного правонарушения, то есть совершение административного правонарушения в период, когда лицо считается подвергнутым административному наказанию в соответствии со статьей 4.6 настоящего Кодекса за совершение однородного административного правонарушения.

В соответствии со ст. 4.6 КоАП РФ лицо, которому назначено административное наказание за совершение административного правонарушения, считается подвергнутым данному наказанию со дня вступления в законную силу постановления о назначении административного наказания до истечения одного года со дня окончания исполнения данного постановления.

В Коми УФАС России документы, свидетельствующие о причинении вреда или возникновении 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 о наличии имущественного ущерба в результате совершенного административного правонарушения, отсутствуют.

ИП <...> ранее не привлекался к административной ответственности по ст.

14.3 КоАП РФ. Обратное в Коми УФАС России отсутствует. Соответственно, ИП <...> можно считать впервые совершившим административное правонарушение. Таким образом, усматриваются обстоятельства для замены административного штрафа на предупреждение.

Определениями Коми УФАС России № 03-06/2987 от 27.04.2021, № 03-06/3328 от 11.05.2021 у ИП <...> были истребованы, в том числе сведения о его имущественном положении с приложением подтверждающих документов. На дату рассмотрения дела об административном правонарушении указанные сведения ИП <...> не представлены.

На основании вышеизложенного, принимая во внимание цели административного наказания, установленные ч. 1 ст. 3.1 КоАП РФ, учитывая характер совершенного ИП <...> административного правонарушения, личность ИП <...>, наличие обстоятельств, смягчающих административную ответственность, отсутствие обстоятельств, отягчающих административную ответственность, отсутствие сведений об имущественном положении ИП <...>, в соответствии со статьями 4.1, 4.1.1, 4.2, частью 1 статьи 14.3, статьями 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛА:

1. Признать индивидуального предпринимателя <...>, ИНН <...>, ОГРНИП <...>, виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

2. Назначить индивидуальному предпринимателю <...>, ИНН <...>, ОГРНИП <...>, административное наказание в виде предупреждения.

В соответствии со статьями 30.2, 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано вышестоящему должностному лицу, в вышестоящий орган либо в суд в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно статьи 31.1 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу:

1) после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано;

2) после истечения срока, установленного для обжалования решения по жалобе, протесту, если указанное решение не было обжаловано или опротестовано, за исключением случаев, если решением отменяется

вынесенное постановление;

3) немедленно после вынесения не подлежащего обжалованию решения по жалобе, протесту, за исключением случаев, если решением отменяется вынесенное постановление.

<...>