

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о наложении штрафа по делу № 36-14.3 ч.1/16

об административном правонарушении

21 апреля 2016 года

г. Челябинск

Я, руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области, <...>, рассмотрев материалы административного дела № 36-14.3 ч.1/16, возбужденного в отношении общества с ограниченной ответственностью «Империя вкуса» (ОГРН 105740703159, ИНН/КПП 7415046816/741501001, дата регистрации 30.09.2005, юридический адрес: город Миасс, улица Добролюбова, 39а) (далее – ООО «Империя вкуса») по факту размещения 14 мая 2015 года в меню пиццерии «Акварела» ненадлежащей рекламной информации алкогольной продукции торговых марок «Glenfiddich», «OLMECA», «Grants», «VEDA», «BACARDI», «Золотой резерв», «BLACK LABEL», «Tullamore Dew», выполненной в форме меню отдельной печатной продукцией, в которой:

отсутствует предупредительная надпись о вреде её чрезмерного потребления, поскольку в ней нарушены требования части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе»,

использованы образы людей, что нарушает требования пункта 6 части 1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе»,

ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях,

в отсутствие законного представителя ООО «Империя вкуса» надлежащим образом извещенного о времени и месте рассмотрения дела,

в присутствии главного специалиста-эксперта отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией Челябинского УФАС России <...>,

исследовав материалы дела,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области (далее - Челябинское УФАС России) из Управления Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Челябинской области поступило заявление физического лица о размещении в меню пиццерии «Акварелла» (г. Златоуст, пр. им. Ю.А. Гагарина, 1 линия, д. 10а) ненадлежащей рекламы, в которой присутствуют сведения: «Девочки еще не знают где купить алкоголь после 23:00, а мальчики уже заказали в сети Pizza Aquarela».

По мнению заявителя, в русском языке мальчиками и девочками называют детей в

возрасте до 13-15 лет, в связи с чем, информация в меню указывает на то, что дети могут заказать себе алкоголь с доставкой, что предполагает возможность его употребления ими.

Администрация Златоустовского городского округа по запросу Челябинского УФАС России представила фотоматериалы меню пиццерии «Акварела» (г. Златоуст, пр.им. Гагарина, 1 линия, д. 10а) по состоянию на 14 мая 2015 года. Из фотоматериалов усматривается, что в рекламе присутствуют образы людей и сведения: «Девочки еще не знают где купить алкоголь после 23:00, а мальчики уже заказали в сети Pizza Aquarela» и указаны контактные телефоны доставки, а также наименования алкогольной продукции торговых марок «Glenfiddich», «OLMECA», «Grants», «VEDA», «BACARDI», «Золотой резерв», «BLACK LABEL», «Tullamore Dew».

Также письмом исх. № 4094 от 14.05.2015 Администрация Златоустовского городского округа сообщила, что предпринимательскую деятельность в пиццерии «Акварела» (г. Златоуст, пр.им. Гагарина, 1 линия, д. 10а) осуществляет ООО «Империя вкуса».

ООО «Империя вкуса» представило письменные объяснения о том, что ООО «Империя вкуса» не предоставляет услуги по доставке алкогольной продукции и по её продаже дистанционным способом, телефоны указаны для обратной связи обращения гостей пиццерии.

Челябинским УФАС России установлено следующее.

В городе Златоусте 14 мая 2015 года в пиццерии «Акварела» в меню на отдельном листе распространялась информация: «Девочки еще не знают где купить алкоголь после 23:00, а мальчики уже заказали в сети Pizza Aquarela. Телефоны доставки: Миасс ул. Лихачева, 47 А (3513)57-24-02..., Златоуст пр. Гагарина, 1 линия, 10А (3513) 67-20-40..., Чебаркуль ул. 9 мая, д. 15, ТК «Алиса» (35168) 2-44-00... Glenfiddich, OLMECA, Grants, VEDA, BACARDI, Золотой резерв, BLACK LABEL, Tullamore Dew». При этом на левом информационном поле неоднократно указано слово «Доставка». Здесь же присутствуют образы людей, в частности молодых людей. Иные листы меню содержат сведения об ассортименте продукции, реализуемой в Pizza Aquarela, в том числе алкогольной продукции, как например карта бара с информацией: «Коньяк Хеннесси U.S, Хеннесси USOP, Камю U.S, Камю U.S.O.P Бренди Золотой резерв 5*, Армянский 3*, Саят Нова 3*, Саят Нова 5*...».

Факт размещения данной информации о пиццерии «Акварела» подтверждается фотоматериалами по состоянию на 14 мая 2015 года, представленными Администрацией Златоустовского городского округа письмом исх. № 4094 от 14.05.2015.

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама – это информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Размещаемая информация, выполненная в форме меню как отдельная печатная продукция «Девочки еще не знают где купить алкоголь после 23:00, а мальчики уже заказали в сети Pizza Aquarela» с использованием образов людей, а также

указанием наименований алкогольной продукции и номеров телефонов службы доставки направлены не столько на информирование потребителей о продукции (ассортименте), предлагаемой в месте её продажи, в данном случае в пиццерии «Акварела», сколько на выделение алкогольной продукции торговых марок «Glenfiddich», «OLMECA», «Grants», «VEDA», «BACARDI», «Золотой резерв», «BLACK LABEL», «Tullamore Dew», среди однородных товаров, следовательно, указанная информация является рекламой.

В рекламе указаны торговые марки алкогольной продукции «Glenfiddich», «OLMECA», «Grants», «VEDA», «BACARDI», «Золотой резерв», «BLACK LABEL», «Tullamore Dew» и отсутствует предупредительная надпись о вреде её чрезмерного потребления.

В соответствии с частью 3 статьи 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).

Отсутствие в рекламе алкогольной продукции торговых марок «Glenfiddich», «OLMECA», «Grants», «VEDA», «BACARDI», «Золотой резерв», «BLACK LABEL», «Tullamore Dew», размещенной в меню пиццерии «Акварела», предупредительной надписи о вреде её чрезмерного потребления нарушает требования части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Согласно пункту 6 части 1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна использовать образы людей, в том числе выполненные с помощью мультипликации (анимации).

Под образом следует понимать отражение в сознании потребителей рекламы определенных объектов материального мира, их наглядное, живое представление. (Постатейный комментарий к Федеральному закону «О рекламе» авторы Бадалов Д.С., Василенкова И.И., Карташов Н.Н., Котов С.Ф., Никитина Т.Е. «Статут», 2012). При этом создание образов может выражаться через текстовое, визуальное или звуковое восприятие.

В данном случае в рекламе использованы текстовые образы людей за счет указания сведений «Девочки... мальчики...». Также в рекламе содержится визуальное использование образов людей в виде изображения живых людей, а именно молодых девушек и юношей, способом фотографии.

Реклама алкогольной продукции торговых марок «Glenfiddich», «OLMECA», «Grants», «VEDA», «BACARDI», «Золотой резерв», «BLACK LABEL», «Tullamore Dew», размещенная в меню пиццерии «Акварела», в которой посредством текстового и визуального восприятия использованы образы людей нарушает пункт 6 части 1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Распространение ненадлежащей рекламы также установлено решением Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе от 12 ноября 2015 года.

Частями 6 и 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» за нарушение требований части 1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» предусмотрена ответственность рекламодателя, за нарушение требований части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» ответственность рекламодателя и рекламодателем.

Согласно статье 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержания рекламы лицо, рекламодателем - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Исходя из понятия рекламодателя, изложенного в статье 3 Федерального закона «О рекламе», рекламодатель - это по сути, заказчик рекламы, то есть то лицо, в чьих интересах осуществляется распространение и размещение рекламы. Соответственно, таким лицом могут выступать изготовитель, продавец, фирма, оказывающая услуги, государственный или общественный орган, частное лицо и так далее.

С учетом изложенного, рекламодателем рекламы является ООО «Империя вкуса», поскольку реклама, размещенная в меню пиццерии «Акварела» направлена на формирование и поддержание интереса к услугам и товарам данной организации.

ООО «Империя вкуса» также является рекламодателем как лицо, осуществляющее распространение рекламы по месту нахождения пиццерии «Акварела».

Частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях предусмотрено, что нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2-5 настоящей статьи, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятьсот рублей; должностных лиц – от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от ста до пятисот тысяч рублей.

17 марта 2016 года должностным лицом Челябинского УФАС России составлен протокол об административном правонарушении и возбуждено дело об административном правонарушении в отношении ООО «Империя вкуса» по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Поводом к возбуждению административного дела послужило непосредственное обнаружение должностным лицом Челябинского УФАС России достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения.

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

приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

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

Согласно пункту 16.1 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 2 июня 2004 года № 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» в отличие от физических лиц в отношении юридических лиц КоАП РФ формы вины (статья 2.2 КоАП РФ) не выделяет. Следовательно, в отношении юридических лиц требуется лишь установление того, что у соответствующего лица имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых предусмотрена административная ответственность, но им не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению (часть 2 статьи 2.1 КоАП РФ).

Вина ООО «Империя вкуса» выразилась в необеспечении выполнения требований законодательства о рекламе при размещении 14 мая 2015 года в меню пиццерии «Акварела» ненадлежащей рекламной информации алкогольной продукции торговых марок «Glenfiddich», «OLMECA», «Grants», «VEDA», «BACARDI», «Золотой резерв», «BLACK LABEL», «Tullamore Dew», выполненной в форме меню отдельной печатной продукцией, в которой отсутствует предупредительная надпись о вреде её чрезмерного потребления, использованы образы людей, в результате чего допущено нарушение требований части 3 статьи 21, пункта 6 части 1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Согласно правовой позиции, изложенной в пункте 5 Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда РФ от 8.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» рассматривая дела о привлечении лиц к административной ответственности за нарушение законодательства о рекламе, суды должны учитывать, что срок давности привлечения к административной ответственности начинается течь с момента совершения такого правонарушения, а не с момента принятия антимонопольным органом решения о нарушении законодательства о рекламе.

Факт размещения ненадлежащей рекламы подтверждается фотоматериалами по состоянию на 14 мая 2015 года, представленными Администрацией Златоустовского городского округа письмом исх. № 4094 от 14.05.2015.

Таким образом, установленный частью 1 статьи 4.5 КоАП РФ годичный срок давности для привлечения ООО «Империя вкуса» к административной ответственности в связи с размещением рекламной информации алкогольной продукции торговых марок «Glenfiddich», «OLMECA», «Grants», «VEDA», «BACARDI», «Золотой резерв», «BLACK LABEL», «Tullamore Dew», выполненной в форме меню отдельной печатной продукцией, в которой отсутствует предупредительная надпись о вреде её чрезмерного потребления, использованы образы людей, истекает 14 мая 2016 года, в связи с чем, привлечение ООО «Империя вкуса» к административной ответственности по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ осуществляется в пределах срока давности.

Наличие обстоятельств, объективно препятствующих ООО «Империя вкуса»

надлежащему соблюдению требований части 3 статьи 21, пункта 6 части 1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» Челябинским УФАС России не выявлено.

У ООО «Империя вкуса» отсутствовали препятствия и имелась возможность для соблюдения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно – для соблюдения требований части 3 статьи 21, пункта 6 части 1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе». Однако ООО «Империя вкуса» не приняло необходимых и достаточных мер по соблюдению законодательства Российской Федерации о рекламе.

При таких обстоятельствах ООО «Империя вкуса» признается виновным в совершении административного правонарушения по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Обстоятельств, исключающих вину ООО «Империя вкуса» в совершении данного административного правонарушения, а также обстоятельств, исключающих производство по делу об административном правонарушении при совершении данного административного правонарушения, не установлено.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, предусмотренных статьей 4.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, не установлено.

С учетом изложенного, принимая во внимание привлечение ООО «Империя вкуса» к административной ответственности за нарушение рекламного законодательства впервые, ему может быть назначено минимальное наказание, предусмотренное санкцией части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, а именно – административный штраф в размере ста тысяч рублей.

Руководствуясь статьями 4.1, 23.48, 29.9, 29.10, а также статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать общество с ограниченной ответственностью «Империя вкуса» (ОГРН 105740703159, ИНН/КПП 7415046816/741501001, дата регистрации 30.09.2005, юридический адрес: город Миасс, улица Добролюбова, 39а) виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. Применить к ООО «Империя вкуса» административное наказание в виде административного штрафа за нарушение требований части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в размере **100 000 (ста тысяч) рублей**.

В соответствии с частью 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административный штраф должен быть

уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

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

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

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в Арбитражный суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 31.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

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

Постановление объявлено 21 апреля 2016 года в отсутствие представителя ООО «Империya вкуса».