

Индивидуальному предпринимателю

«...»

ул. «...», д. «...», кв. «...», г. Абакан, Республика Хакасия

«...»@mail.ru

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении наказания по делу № 019/04/14.3-612/2019

об административном правонарушении

19.11.2019 г. г. Абакан

Я, заместитель руководителя управления - начальник отдела антимонопольного законодательства и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Хакасия «...», рассмотрев протокол об административном правонарушении и материалы дела № 019/04/14.3-612/2019 об административном правонарушении, возбужденного в отношении индивидуального предпринимателя «...» (далее – ИП «...») по результатам рассмотрения дела № 019/05/21-448/2019 по признакам нарушения пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ),

1. паспорт <...> «...», выдан Отделом УФМС России по Республике Хакасия в городе Абакане «...».

2. Место регистрации: г. Абакан, ул. «...», д. «...», кв. «...».

3. Дата рождения: «...».

4. Место рождения: г. Абакан Красноярского края.

5. ИНН: «...».

6. Место работы, занимаемая должность: Индивидуальный предприниматель,

в присутствии (отсутствии) индивидуального предпринимателя «...»,

УСТАНОВИЛ:

13.09.2019 г., в ходе проведения Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Хакасия мониторинга наружной рекламы на предмет соблюдения требований законодательства Российской Федерации о рекламе, выявлено распространение ненадлежащей рекламы в виде рекламной конструкции, расположенной по адресу: г. Абакан, ул. «...», следующего содержания:

«Абаканское пиво АЯН 1980 Abakan's beer».

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, 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.

В пункте 1 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» разъяснено, что согласно пункту 1 статьи 3 Закона № 38-ФЗ 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, является рекламой и должна, в связи с этим, отвечать требованиям, предъявляемым Законом о рекламе.

Данная информация полностью подпадает под понятие рекламы, так как имеет все признаки вышеуказанного понятия.

Согласно статье 2 Федерального закона «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» под алкогольной продукцией понимается 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.

В рекламе, распространенной на фасаде дома по ул. «...» в г. Абакане, имеется название марки напитка (пиво «Абаканское»), которое, в свою очередь, содержит этиловый спирт более 0,5 процента объема готовой продукции и не входит в перечень исключений пищевой продукции, установленный Правительством Российской Федерации, таким образом относится к алкогольной продукции.

Согласно пункту 5 части 2 статьи 21 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 или вне их.

В связи с чем, данная реклама нарушает пункт 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 1 статьи 19 Закона о рекламе к числу технических средств стабильного территориального размещения относятся: щиты, стенды, строительные сетки, перетяжки, электронные табло, проекционного и иного предназначения для проекции рекламы на любые поверхности оборудования, воздушные шары, аэростаты и иные технические средства стабильного территориального размещения (далее - рекламные конструкции), монтируемые и располагаемые на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.

При этом определяющим признаком для отнесения той или иной конструкции-рекламоносителя к числу технических средств стабильного территориального размещения, по смыслу указанной выше части статьи 19 Закона о рекламе, является невозможность перемещения и изменения положения в пространстве присоединенной к конструкции рекламы.

Из письма ФАС России от 20 февраля 2015 г. «О рекламе алкогольной продукции» реклама пива и напитков, изготавливаемых на основе пива (независимо от количества этилового спирта в готовой продукции, но более 0,5 процента объема готовой продукции), не должна размещаться: с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.

Таким образом, распространение рекламы алкогольной продукции, содержащей этиловый спирт более 0,5 процента объема готовой продукции, которая не входит в перечень исключений пищевой продукции, установленный Правительством Российской Федерации: пиво «Абаканское» на фасаде магазина «Фирменный», осуществлено запрещенным способом.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение пункта 5 части 2 статьи 21 несет рекламораспространитель.

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

Исходя из информации, размещенной в уголке потребителя магазина «Фирменный», деятельность по продаже пивной продукции осуществляет индивидуальный предприниматель «...» (ИНН «...», ОГРНИП «...»).

Таким образом, рекламораспространителем вышеуказанной рекламы является ИП «...».

17.09.2019 г. Хакасским УФАС России принято определение о возбуждении дела № 019/05/21-448/2019 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (исх. № «...»), рассмотрение назначено на 23.10.2019 г.

07.10.2019 г. в адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Хакасия (вх. № «...») от ИП «...» поступили письменные пояснения и истребуемые антимонопольным органом документы.

На заседании Комиссии Хакасского УФАС России ИП «...» согласился с вменяемым нарушением.

23.10.2019 г. принято решение по делу № 019/05/21-448/2019, рекламу следующего содержания: «Абаканское пиво АЯН 1980 Abakan's beer» признана ненадлежащей, а ИП «...» нарушившим положения пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе, выдано предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

Доказательства прекращения нарушения законодательства о рекламе были представлены в адрес антимонопольного органа 23.10.2019 г.

Нарушение пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе образует состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП РФ) – нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 6 статьи 14.3 КоАП РФ, частью 4 статьи 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 КоАП РФ, влечет наложение административного штрафа на должностных лиц от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей.

14.11.2019 г. в отсутствие ИП «...» составлен протокол об административном правонарушении. Определением о назначении времени и места рассмотрения дела № 019/04/14.3-612/2019 об административном правонарушении дело назначено к рассмотрению на 19.11.2019 года.

Рассмотрев материалы дела, прихожу к следующим выводам.

Факт совершения административного правонарушения ИП «...» подтверждается протоколом по делу № 019/04/14.3-612/2019 об административном правонарушении от 14.11.2019 г., а также другими материалами дела.

Срок давности привлечения ИП «...» к административной ответственности, установленный частью 1 статьи 4.5 КоАП РФ за нарушение законодательства о рекламе, на момент вынесения настоящего постановления, не истек.

Федеральным законом от 03.07.2016 № 316-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» в КоАП РФ были внесены изменения.

Статья 3.4 КоАП РФ дополнена частью 3, согласно которой, 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 может быть заменено являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицу, осуществляющему предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, или юридическому лицу, а также их работникам на предупреждение в соответствии со статьей 4.1.1 настоящего Кодекса.

Согласно части 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицам, осуществляющим предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, и юридическим лицам, а также их работникам за впервые совершенное административное правонарушение, выявленное в ходе осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля, в случаях, если назначение

административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей раздела II КоАП РФ или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных частью 2 статьи 3.4 КоАП РФ, за исключением случаев, предусмотренных частью 2 настоящей статьи.

В соответствии с частью 2 статьи 3.4 КоАП РФ предупреждение устанавливается за впервые совершенные административные правонарушения при отсутствии причинения вреда или возникновения угрозы причинения вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также при отсутствии имущественного ущерба.

Согласно сведениям из Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства ИП «...» включен в указанный реестр, следовательно, является субъектом малого и среднего предпринимательства.

Правонарушение, квалифицируемое по статье 14.3 КоАП РФ, совершено ИП «...» впервые.

В материалах дела отсутствуют доказательства о том, что рассматриваемое нарушение законодательства о рекламе причинило вред жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, а также безопасности государства, либо создало угрозу чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также причинило имущественный ущерб.

Таким образом, прихожу к выводу, что имеются основания для применения статей 3.4 и 4.1.1 КоАП РФ, и административное наказание в виде административного штрафа может быть заменено на административное наказание в виде предупреждения.

Руководствуясь статьями 3.4, 4.1.1, 14.3, 23.48, 29.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

Признать индивидуального предпринимателя «...» виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ и назначить ему административное наказание в виде предупреждения.

В соответствии с пунктом 3 части 1 и частью 3 статьи 30.1, а также частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу, либо в суд в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно статье 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.

Постановление по делу об административном правонарушении вынесено 19.11.2019 г., вступает в законную силу в соответствии с требованиями пунктов 1, 2 статьи 31.1 КоАП РФ.

Заместитель руководителя управления–

начальник отдела антимонопольного

законодательства и рекламы «...»