

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 50

о назначении административного наказания

по делу №191-АД(Р)07-18 об административном правонарушении

24 июля 2018г. г. Барнаул

Я, заместитель руководителя управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю К <...>, рассмотрев протокол должностного лица управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю №28 от 10.07.2018г. и материалы дела №191-АД(Р)07-18 об административном правонарушении, возбужденного в отношении индивидуального предпринимателя П<...> (далее - П<...>)<...> ИНН 222405465207, место рождения: <...>,

УСТАНОВИЛ:

ИП П<...> на рассмотрение дела об административном правонарушении не явился.

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 П<...> направил ходатайство о рассмотрении дела в его отсутствие (вхд. № 188919 от 23.07.2018г.).

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 №28 от 10.07.2018г. в действиях ИП П<...> допущено нарушение п.3 ч.5 ст.5, п.6 ч.1 ст.21, п.5 ч.2 ст.21 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.

26 марта 2018 года в управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю поступило обращение жителей г. Бийска (вхд. №183255 от 26.03.2018г.) о распространении по адресу: г.Бийск, ул. Мухачева, д.141, рекламных конструкций с наружной рекламой алкогольной продукции (пива) следующего содержания: «ОГРОМНЫЙ ВЫБОР НАПИТКОВ ОТ ЛУЧШИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ СИБИРИ! бутик напитков «Beer Feast» ПОСТОЯННАЯ АКЦИЯ 2+1 наивкуснейшие закуски к пиву горячие гренки», «Барнаульское бочковое Акция 2+1, Алтай Акция 2+1, Батино Акция 2+1, Жигулевское Акция 2+1, Чешское Акция 2+1, Немецкое Акция 2+1, Чешское ... 55 руб. Жигулевское ... 55 руб», а также изображений образов людей (мужчин) с кружкой, наполненной пенным напитком, во рту.

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. 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; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Антимонопольным органом установлено, что согласно информации, размещенной: - на официальном сайте ОАО «Барнаульский пивоваренный завод»:

<http://www.bpz.su/>, «Барнаульское бочковое», «Алтай», «Жигулевское», «Чешское», «Немецкое» - являются марками пива, производимыми и реализуемыми Барнаульским пивоваренным заводом;

- на официальном сайте ООО «Новосибирская пивоваренная компания»:

<http://nskbrew.ru>, «Батино» - марка пива, производимая и реализуемая Новосибирской пивоваренной компанией.

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.

Таким образом, обозначенная рекламная информация полностью соответствует законодательному определению понятия «реклама», является публичной, направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к рекламируемой алкогольной продукции (пиво), а также к продавцу рекламируемого товара (бутик напитков «Beer Feast»), способствует поддержанию интереса к указанным объектам рекламирования и продвижению их на рынке.

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

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 мультимедиа (анимации).

Согласно п. 5 ч. 2 ст. 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.

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.

В соответствии с ч.4 ст. 2 Федерального закона «О рекламе», специальные требования и ограничения, установленные 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 Федеральным законом «О рекламе» установлены специальные требования и ограничения.

Из рассматриваемой рекламной информации следует, что бутик напитков «Beer Feast» предлагает пиво следующих марок: «Барнаульское бочковое», «Алтай», «Жигулевское», «Чешское», «Немецкое», «Батино», с целью информирования неограниченного числа лиц о роде деятельности организации и о видах реализуемой алкогольной продукции. Рассматриваемая реклама сопровождается изображением образов людей (мужчин) с кружкой, наполненной пенным напитком, во рту.

Таким образом, из совокупности рассматриваемой рекламной информации, а именно: присутствие в рекламе изображений образов людей (мужчин) с кружкой, наполненной пенным напитком, во рту, а также сопровождение рекламы марками пива: «Барнаульское бочковое», «Алтай», «Жигулевское», «Чешское», «Немецкое», «Батино», можно сделать вывод о том, что в рассматриваемой рекламе алкогольной продукции (пива) используются образы людей (мужчин). Кроме того, рассматриваемая реклама воспринимается как демонстрация процесса употребления алкогольной продукции (пива).

Кроме того, в рамках рассмотрения указанного дела Алтайским краевым УФАС России в период с 26 апреля 2018г. по 18 мая 2018 года на официальном сайте [www.altk.fas.gov.ru](http://www.altk.fas.gov.ru) и на официальной странице в социальной сети «ВКонтакте» <http://vk.com/club147941717>, в целях изучения общественного мнения по вопросу, демонстрируется ли в рассматриваемой рекламе процесс употребления алкогольной продукции, проводился опрос.

Общее количество голосов по данным на 18 мая 2018 года на 15 часов 54 минут местного времени составило 342 человека. На поставленный вопрос «Считаете ли Вы, что в данной рекламе демонстрируется процесс употребления алкогольной продукции (пива)?» голоса распределились следующим образом:

- «Да» ответило 194 проголосовавших (56,7%).
- «Нет» ответило 148 проголосовавших (43,3%).

Таким образом, по данным, полученным в ходе опроса, можно говорить о том, что большинство респондентов (потребителей рекламы) воспринимают рассматриваемую рекламу, как рекламу алкогольной продукции, в которой демонстрируется процесс употребления алкогольной продукции (пива).

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

22 мая 2018 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): «ОГРОМНЫЙ ВЫБОР НАПИТКОВ ОТ ЛУЧШИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ СИБИРИ! бутик напитков «Beer Feast» ПОСТОЯННАЯ АКЦИЯ 2+1 наивкуснейшие закуски к пиву горячие гренки», «Барнаульское бочковое Акция 2+1, Алтай Акция 2+1, Батино Акция 2+1, Жигулевское Акция 2+1, Чешское Акция 2+1, Немецкое Акция 2+1, Чешское ... 55 руб. Жигулевское ... 55 руб», а также изображений образов людей (мужчин) с кружкой, наполненной пенным напитком, во рту, размещенную и распространенную в г.Бийске по адресу: ул. Мухачева, д.141, так как в ней нарушены требования п.3 ч.5 ст.5, п.6 ч.1 ст.21, п.5

ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе». ИП П<...> признан нарушившим требования п.3 ч.5 ст.5, п.6 ч.1 ст.21, п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе». В соответствии со ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель, ответственность за нарушение требований п.3 ч.5 ст.5, п.6 ч.1 ст.21 Федерального закона «О рекламе» несет рекламораспространитель. Установлено, что рекламораспространителем и рекламопроизводителем является ИП П<...> (ОГРНИП 317222500096419).

Согласно ч.4 ст. 38 Федерального закона «О рекламе», нарушение рекламораспространителями, 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 П<...>, при размещении и распространении в г.Бийске по адресу: ул. Мухачева, д.141, наружной рекламы алкогольной продукции (пива), нарушены требования п.3 ч.5 ст.5, п.6 ч.1 ст.21, п.5 ч.2 ст.21 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 рекламораспространителем, 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 П<...> при размещении рассматриваемой рекламы имелась возможность для соблюдения правил и норм, установленных законодательством о рекламе, но не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению. Следовательно, в действиях ИП П<...> 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 П<...> и препятствующих исполнению обязанностей по соблюдению законодательства о рекламе.

Следовательно, вина ИП П<...> 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 №28 от 10.07.2018г.

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 П<...> должных мер по соблюдению требований п.3 ч.5 ст.5, п.6 ч.1 ст.21, п.5 ч.2 ст.21 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.

10.07.2018г. ИП П<...> на составление и подписание протокола в назначенное время не явился. Проккол об административном правонарушении был составлен в его отсутствие, копия протокола была направлена по почте заказным письмом с уведомлением о вручении 10.07.2018г.

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 24.07.2018г., ИП П<...> относится к категории – микропредприятие.

Таким образом, ИП П<...> 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 П<...> впервые совершил 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 П<...> 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 П<...> (ИНН: 222405465207) виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч.1 ст. 14.3 КоАП РФ, и назначить ему 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 выдачи постановления «24» июля 2018г.

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.

Дата направления постановления «24» июля 2018года