

Постановление № 20р-9-12

о наложении штрафа по делу

об административном правонарушении

«30» марта 2012 г.

г. Киров

И.о. руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области <...>, рассмотрев протокол № 20 р от 20.03.2012 года, составленный ведущим специалистом-экспертом отдела финансовых рынков и рекламы Кировского УФАС России <...> в отношении ООО «Вина всего мира» < > по нарушению п. 3 ч. 2 ст. 5 и п. 5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006 года № 38-ФЗ,

У С Т А Н О В И Л:

В ходе рассмотрения дела № 9 по признакам нарушения законодательства о рекламе Комиссией Кировского УФАС России был установлен факт нарушения ООО «Вина всего мира» п. 3 ч. 2 ст. 5 и п. 5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 года.

Нарушение заключалось в следующем.

24.01.2012 при осуществлении надзора за соблюдением обязательных требований действующего рекламного законодательства был установлен факт размещения наружной рекламы на одной из сторон металлоконструкции, расположенной возле проезжей части по адресу: г. Киров, район дома номер <...> по ул. <...> со следующей информацией: «ВВМ. ВИНА ВСЕГО МИРА. ВИНА ВСЕГО МИРА. Киров, <...>. т. 52-1<...>, 53-0<...>. ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ».

Вся указанная информация размещается на фоне географической карты, где с правой стороны изображены фрукты и ягоды, в том числе грозди белого, зеленого, черного винограда. При этом аббревиатура «ВВМ» и первая фраза «ВИНА ВСЕГО МИРА» размещены на стилизованной эмблеме, на которой также присутствует изображение глобуса и грозди винограда с листьями. Предупредительная надпись размещена в нижней части рекламного пространства и выполнена темными буквами на красном фоне.

Согласно ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 года №38-ФЗ «О рекламе», рекламой является информация, распространяемая 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.

Под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама. Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация, размещенная на рекламной конструкции, расположенной по адресу: г. Киров, район дома номер <...> по ул. <...> соответствует требованиям статьи 3 и является рекламой, как самого юридического лица, так и реализуемой им алкогольной продукции (вина).

Как было установлено в ходе рассмотрения дела, ООО «Вина всего мира» зарегистрировано в качестве юридического лица 16 марта 2006 года. В соответствии с Уставом одним из видов деятельности данного хозяйствующего субъекта является оптовая торговля алкогольными напитками, включая пиво. Указанное Общество имеет лицензию от 17.05.2011 № 19113 на осуществление закупки, хранения и поставки алкогольной продукции и располагает по адресу: г. Киров, <...>. При этом, как пояснил представитель ООО «Вина всего мира», именно оптовая торговля алкогольной продукцией является основным видом деятельности Общества.

В соответствии с п. 11 и п. 13 ст. 2 Федерального закона от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» вино – это алкогольная продукция, которая произведена из виноматериалов, с содержанием этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, не более 22 процентов объема готовой продукции; виноматериалы - спиртосодержащая пищевая продукция, которая используется в качестве сырья для производства вина и получена в результате спиртового брожения винограда, виноградного сусла либо плодового или ягодного сока без добавления ароматических и вкусовых добавок, без добавления или с добавлением этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) дистиллятов, с содержанием этилового спирта не более 22,5 процента объема готовой продукции.

Статья 1225 ГК РФ фирменные наименования юридических лиц относит к средствам их индивидуализации.

Частью 2 ст. 1473 ГК РФ установлено, что фирменное наименование юридического лица должно содержать указание на его организационно-правовую форму и собственно наименование юридического лица, которое не может состоять только из слов, обозначающих род деятельности.

В рассматриваемом случае в рекламе присутствует исключительно оригинальная часть фирменного наименования юридического лица - «Вина всего мира» (прописана дважды), которая содержит указание на конкретный вид алкогольной продукции (вино), поэтому представленная потребителям информация воспринимается в качестве предложения им конкретного вида продукции, а именно вина всего мира, т.е. из разных стран, которую можно приобрести по адресу г. Киров, <...>, позвонив по т. 52-1<...>, 53-0<...>.

При этом наличие предупредительной надписи в рекламе также свидетельствует о направленности информации, а именно: о привлечении внимания потребителей к алкогольной продукции.

Частью 1 ст. 5 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. «О рекламе» установлено, что реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускается.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» ненадлежащей признается реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Согласно п. 3 ч. 2 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» недобросовестной признается реклама, которая представляет собой рекламу товара, реклама которого запрещена данным способом, в данное время или в данном месте, если она осуществляется под видом рекламы другого товара, товарный знак или знак обслуживания которого тождествен или сходен до степени смешения с товарным знаком или знаком обслуживания товара, в отношении рекламы которого установлены соответствующие требования и ограничения, а также под видом рекламы изготовителя или продавца такого товара.

В соответствии с 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 или вне их.

Частью 4 ст. 2 Федерального закона «О рекламе» установлено, 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.

Кроме того, как разъяснил Пленум ВАС РФ в пункте 16 информационного письма от 25.12.1998 № 37, информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

В рассматриваемом случае слово «вина» (множественное число слова «вино») неопределенным кругом потребителей, которые не знают историю возникновения того или иного слова, а также его возможного первоначального значения, воспринимается вполне конкретно и ассоциируется с определенным видом алкогольной продукции. Поэтому доводы ООО «Вина всего мира» о том, что слово «вина» в их фирменном наименовании имеет иное значение, в том числе с учетом его старославянского происхождения, являются несостоятельными.

Таким образом, рассматриваемая информация была размещена с нарушением требований п. 3 ч. 2 ст. 5 и п. 5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

Согласно статьи 38 Закона ответственность за нарушение требований п. 3 ч. 2 ст. 5

несет рекламодатель, а за нарушение п. 5 ч. 2 ст. 21 – рекламораспространитель. В данном случае рекламодателем и рекламораспространителем является ООО «Вина всего мира», которое на основании договора от 01.01.2012 № 09-11 разместило на арендуемой конструкции ненадлежащую рекламу. Поэтому нарушение действующего рекламного законодательства произошло по его вине.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или 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 граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

При этом, в соответствии со ст. 2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое настоящим Кодексом или законами субъектов РФ об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых настоящим Кодексом или законами субъекта РФ предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Виновность ООО «Вина всего мира» выразилась в том, что оно не предприняло никаких действий со своей стороны по пресечению и недопущению противоправных действий, посягающих на принципы законности, добропорядочности, разумности, справедливости, хотя такая возможность у Общества имелась.

В данном случае существенная угроза охраняемым общественным отношениям заключается в том, что реклама алкогольной продукции была размещена на металлоконструкции (наружная реклама), что запрещено действующим рекламным законодательством.

Каких - либо доказательств, свидетельствующих о принятии Обществом мер по исполнению публично-правовых обязанностей в сфере рекламного законодательства, связанных с нарушением положений п. 3 ч. 2 ст. 5 и п. 5 ч. 2 ст. 21 ФЗ «О рекламе», не допущением правонарушения и невозможностью его предотвращения, не было представлено.

Поэтому, оценив все имеющиеся в материалах дела документы, учитывая характер и степень общественной опасности совершенного правонарушения, которая выразилась в пренебрежительном отношении к исполнению публично-правовых обязанностей в области рекламы, а также продолжительность размещения наружной рекламы алкогольной продукции, безосновательно признавать данное нарушение малозначительным и применять ст. 2.9. КоАП РФ.

На момент составления и рассмотрения протокола ненадлежащая реклама не

распространяется.

В ходе рассмотрения дела были исследованы все обстоятельства совершенного нарушения рекламного законодательства. Факты, изложенные в протоколе об административном правонарушении, подтверждаются в полном объеме материалами дела № 9.

Протокол рассмотрен в присутствии законного представителя ООО «Вина всего мира» - директора <...>, которая нарушение рекламного законодательства признала.

При принятии решения о назначении размера административного штрафа финансовое положение ООО «Вина всего мира». Отягчающих обстоятельств не установлено. Смягчающим является добровольное устранение нарушения рекламного законодательства.

С учетом изложенного, наложение административного штрафа на ООО «Вина всего мира» осуществляется в минимальном размере санкции, установленной ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

Руководствуясь статьями 2, 3, 5, 21, 33, 38 Федерального закона «О рекламе», статьями 2.1, 2.10, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать ООО «Вина всего мира» виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

2. Применить к ООО «Вина всего мира» меру ответственности в виде административного штрафа за ненадлежащую рекламу в размере 100 000 (ста тысяч) рублей.

<... >

Согласно части 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее тридцати 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.

В трехдневный срок со дня уплаты штрафа ООО «Вина всего мира» надлежит представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области копии платежных документов. В соответствии с ч. 1 ст. 20.25 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях неуплата

административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного штрафа, но не менее одной тысячи рублей либо административный арест на срок до пятнадцати суток.

В соответствии с пунктом 3 части 1 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 вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу либо в суд по месту рассмотрения дела в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

И.о.руководителя управления

<...>