

Ленинский район, деревня Ближние  
Пруды, 26 км МКАД, Московская обл., 115598

ул. Победы, д. 41,  
г. Ярославль, 150999

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о наложении штрафа по делу

об административном правонарушении № 04-04/28А-16

«06» мая 2016 года г. Ярославль

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Ярославской области (далее – Ярославское УФАС России) Завьялов М. Ф., рассмотрев протокол и материалы дела об административном правонарушении № 04-04/28А-16, возбужденного в отношении закрытого акционерного общества «Космик» (далее ЗАО «Космик», общество), место нахождения: 115598, Московская обл., Ленинский район, деревня Ближние Пруды, 26 км МКАД, место фактического осуществления деятельности: 150999, г. Ярославль, ул. Победы, д. 41, дата регистрации в качестве юридического лица 18.03.2010 г. Межрайонной инспекцией Федеральной налоговой службы № 46 по г. Москве, ОГРН 1107746204158, ИНН 7705912697, КПП 500301001, в присутствии представителя ЗАО «Космик», уведомленного надлежащим образом, по доверенности № 40 от 30.07.2015 г. <...>,

### УСТАНОВИЛ:

Ярославским УФАС России в связи с поступившим 05 мая 2015 года обращением физического лица 07 мая 2015 года установлен факт размещения зонтиков с брендом пива «Amstel Premium Pilsener» в летнем кафе парка развлечений «КОСМИК» на крыше ТЦ «Аура» по адресу: г. Ярославль, ул. Победы, д. 41.

Согласно пункту 1 части 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе») реклама – информация, распространяемая

любым способом, в любой форме и использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование и поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Исходя из содержания рассматриваемой информации, она адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к пиву марки «Amstel Premium Pilsener», формирование и поддержание интереса к этому пиву и продвижения его товаров на рынке, и, следовательно, эта информация является рекламной.

В соответствии с частью 3 статьи 21 ФЗ «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 пункте 28 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" указано, что рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые [Законом](#) о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

Поэтому если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей.

При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

В рассматриваемой рекламе предупреждение о вреде чрезмерного потребления пива выполнено белыми буквами с низкой контрастностью на светло-бежевом фоне, в результате чего данная надпись трудно различима и практически не читаема на общем фоне рекламы, выполненной в отличие от надписи с предупреждением, яркими, насыщенными цветами.

Таким образом, в рассматриваемой рекламе предупреждение о вреде чрезмерного потребления пива является практически нечитаемым, трудно различимым, что в данном случае приравнивается к отсутствию указанного предупреждения, что в совокупности является нарушением требований части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе»).

Согласно частям 6, 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частью 3 статьи 21 данного закона несут рекламодатель и рекламораспространитель.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект

рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламораспространителем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Установлено, что деятельность в летнем кафе, где распространялась рассматриваемая реклама, осуществляет ЗАО «КОСМИК». Данная информация также подтверждается на официальном сайте парков развлечения «КОСМИК» в сети «Интернет» <http://www.cosmik.ru>.

ЗАО «Космик» ранее предоставлялись пояснения (вх. № 7852 от 04.08.2015), в которых указано, что на летней веранде развлекательного центра «Космик» (на крыше ТРЦ «Аура») с 01 мая 2015 г. по 15 мая 2015 г. были размещены зонты с рекламой пива «Amstel Premium Pilsner». Указанные зонты с размещенными на них товарными знаками, логотипами и предупреждающими надписями (в готовом виде – без предварительного согласования с ЗАО «Космик») были предоставлены ЗАО «Космик» партнером ООО «ОБЪЕДИНЕННЫЕ ПИВОВАРНИ ХЕЙНЕКЕН» (далее «ОПХ») в рамках договора №2116/ Ф от 01.04.2013 г. Таким образом, ЗАО «Космик» не является рекламодателем и рекламопроизводителем данной рекламы. Копия указанного договора представлена в материалы дела. В пояснениях ЗАО «Космик» также указано, что, рассмотрев представленные зонты, ЗАО «Космик» удостоверился, что предупреждающая надпись имеется в наличии, данной надписи отведено не менее 10 процентов рекламного пространства, надпись видна, различима и расположена в доступном для обозрения месте. Поскольку четких требований к размеру, цвету, шрифту и способу нанесения предупреждающей надписи в законодательстве не содержится, ЗАО «Космик», рассмотрев представленные зонты, принял решение разместить их на летней веранде, добросовестно полагая, что реклама полностью соответствует законодательству РФ о рекламе.

Представитель ЗАО «Космик» на заседании Комиссии 05.04.2016 г. по рассмотрению дела № 04-01/28-15 пояснил, что, по мнению ЗАО «Космик», нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе в данном случае отсутствует. Как видно из материалов дела, на летних зонтах, указанных на фотографиях, содержится упоминание пива, под которым выполнена надпись о вреде чрезмерного употребления алкогольной продукции. Надпись расположена под слоганом и под названием города. Таким образом, ЗАО «Космик» были в полном объеме выполнены требования, действующего законодательства о рекламе. Кроме того, в законодательстве РФ не содержится требований о способах нанесения, отображения, контрастности предупредительной надписи. Также, учитывая тот факт, что ЗАО «Космик» не является заказчиком и изготовителем летних зонтов, у ЗАО «Космик» отсутствовала возможность повлиять на качество и внешний вид логотипов и надписей, нанесенных на указанные зонты. По причине даты изготовления указанных зонтов и естественного природного воздействия в процессе их эксплуатации могло произойти незначительное изменение цветовых характеристик всего летнего зонта в целом и надписи, в частности, что не повлияло на факт присутствия предупредительной надписи и ее читаемость. Как следует из ранее представленных объяснений, подтверждается фактическими обстоятельствами дела и усматривается из представленных ЗАО «Космик» фотографий (прилагаются) указанные зонты были демонтированы 21 мая

2015 г. и заменены зонтами с надписью «Пепси». Таким образом, ЗАО «Космик» самостоятельно и добровольно устранило спорные зонты и возвратило их уполномоченной компании ООО «Объединенные Пивоварни Хайнекен» - ООО «Инженерстрой».

В материалы дела ЗАО «Космик» представлены аналогичные пояснения (вх. № 3152 от 05.04.2016), а также фотофиксация от 21 мая 2015 г. в подтверждение устранения спорной рекламы и акт возврата летнего оборудования от 01.07.2015 г.

Кроме того, представитель ЗАО «Космик» пояснил, что акты выполненных работ по размещению рассматриваемой рекламы у данной организации не сохранились.

ООО «Объединенные Пивоварни Хайнекен» (вх. № 9652 от 28.09.2015) предоставило пояснения, согласно которых в целях приобретения летних зонтов в 2013-2015 годах данная организация заключила следующие договоры, а именно, соглашение от 18.02.2013 г. № 4501001535, соглашение от 25.02.2013 № 4501004342, договор от 31.01.2014 № 460003709, договор № AGR-2015-02245 от 01.04.2015 (Приложение № 4). На макетах, согласованных с целью исполнения вышеназванных договоров (Приложение № 7), четко просматривается, что предупредительная надпись выполнена надлежащим образом, в размере, предусмотренном действующим законодательством (не менее 10 %), надпись выполнена разборчиво и доступна к прочтению. На момент возбуждения дела летние зонты «Amstel Premium Pilsener», находились под управлением ЗАО «Космик». В рамках договора № 2116 от 01 апреля 2013 года, заключенного между ООО «Объединенные Пивоварни Хайнекен» и ЗАО «Космик» (далее - Договор, Приложение № 1), ЗАО «Космик» оказывает услуги ООО «Объединенные Пивоварни Хайнекен» по размещению рекламы, в том числе в соответствии с пунктом 2 Приложения № 2 к договору все рекламные материалы размещаются в соответствии с действующим законодательством о рекламе. ООО «Объединенные Пивоварни Хайнекен» сообщает, что конструкция летнего зонта в процессе эксплуатации была подвержена воздействию внешних природных факторов, в особенности, принимая во внимание, что размещение зонтов производилась в 2013 году; требований к контрастности цвета надписи и цвета оформления летнего зонта законодательством о рекламе не предусмотрено. Как видно из представленных макетов предупредительная надпись выполнена четко и разборчиво. Учитывая изложенное, ООО «Объединенные Пивоварни Хайнекен» не могло повлиять на естественный износ конструкций, тем самым не имело возможности для соблюдения правил и норм, предусмотренных законодательством о рекламе. Вина ООО «Объединенные Пивоварни Хайнекен» в размещении рекламы не может быть установлена, так как фактически не доказан факт передачи летнего зонта с предупредительной надписью, выполненной ненадлежащим образом. Изменение контрастности предупредительной надписи требует полной замены рекламного оборудования (летнего зонта), что влечет для ООО «Объединенные Пивоварни Хайнекен» несоизмеримые по своей стоимости расходы.

В качестве приложений к указанным пояснениям ООО «Объединенные Пивоварни Хайнекен» (вх. № 9652 от 28.09.2015) приложены копия договора № 2116/Ф от 01.04.2013 г., копия дополнительного соглашения № 1, № 2 к данному договору; копии актов по договору № 2116/Ф от 01.04.2013 г.; в том числе акт-приемки-передачи услуг, за период соответствующий периоду размещения рассматриваемой рекламы № 1174 от 30 июня 2015 г., копии платежных поручений

по договору № 2116/Ф от 01.04.2013 г.; копии соглашения от 18.02.2013 № 4501001535, соглашения от 25.02.2013 г. № 4501004342, копии договора от 31.01.2014 г. № 460003709, договора № AGR-2015-02245 от 01.04.2015 г.; копии ТТН по соглашению от 18.02.2013 г. № 4501001535, соглашению от 25.02.2013 г. № 4501004342, договору от 31.01.2014 г. № 460003709, договору № AGR-2015-02245 от 01.04.2015 г.; копии платежных поручений по соглашению от 18.02.2013 г. № 4501001535, соглашению от 25.02.2013 г. № 4501004342, договору от 31.01.2014 г. № 460003709, договору № AGR-2015-02245 от 01.04.2015 от 2013 г., 2014 г., 2015 г.; копия свидетельства о гос.регистрации ООО «Объединенные Пивоварни Хайнекен»; копия свидетельства о постановке ООО «Объединенные Пивоварни Хайнекен» на налоговый учет; копия выписки из ЕГРЮЛ в отношении ООО «Объединенные Пивоварни Хайнекен»; сведения о территории распространения рекламы.

На основании изложенного, рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ЗАО «Космик».

Таким образом, ЗАО «Космик» как рекламораспространитель рассматриваемой рекламы соответственно несет ответственность за нарушение требований части 3 статьи 21 «О рекламе».

Из указанных документов, а также пояснений представителя ЗАО «Космик» следует, что срок размещения рассматриваемой рекламы закончился 21.05.2015г. и на момент рассмотрения дела реклама не распространяется.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации; является ненадлежащей.

Ответственность за нарушения требований части 3 статьи 21 «О рекламе» предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, согласно которой, за нарушение рекламодателем законодательства о рекламе предусмотрена административная ответственность в виде наложения 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.

В соответствии с частью 1 статьи 2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Согласно части 2 статьи 2.1 КоАП РФ 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 Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Материалы дела позволяют сделать вывод о том, что ЗАО «Космик» имело возможность предотвратить совершение административного правонарушения. Общество могло и должно было предотвратить и не допустить распространение

рекламы пива «Amstel Premium Pilsener», в которой предупреждение о

вреде чрезмерного потребления пива является практически нечитаемым, трудно различимым, что в данном случае приравнивается к отсутствию указанного предупреждения.

Учитывая изложенное, должностное лицо Управления Федеральной антимонопольной службы по Ярославской области Завьялов М. Ф. приходит к выводу о совершении ЗАО «Космик» виновного действия, образующего состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Согласно статье 4.1 КоАП РФ при назначении ЗАО «Космик» административного наказания учитывается характер совершенного административного правонарушения, имущественное и финансовое положение юридического лица, на основании документов, представленных в материалы дела.

Руководствуясь статьями 4.1, 23.48, 29.9, а также частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, заместитель руководителя Ярославского УФАС России Завьялов М. Ф.

#### ПОСТАНОВИЛ:

Наложить на закрытое акционерное общество «Космик» за совершение административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ в связи с нарушением части 3 статьи 21 ФЗ «О рекламе», выразившимся в распространении рекламы пива «Amstel Premium Pilsener», в которой предупреждение о вреде чрезмерного потребления пива является практически нечитаемым, трудно различимым, что в данном случае приравнивается к отсутствию указанного предупреждения, административный штраф в размере 100 000 (сто тысяч) рублей.

В соответствии с частью 1 статьи 32.2 КоАП РФ штраф должен быть уплачен не позднее 60 дней со дня вступления постановления о наложении штрафа

в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 КоАП РФ.

Сумма штрафа, уплачиваемого за нарушения законодательства о рекламе, в полном объеме подлежит зачислению на единый счет по учету доходов Управления федерального казначейства по Ярославской области. При оформлении платежного документа необходимо указать следующие реквизиты:

Получатель: ИНН 7604009440, КПП 760401001

УФК МФ РФ по Ярославской области (администратор Ярославское УФАС России)

Банк получателя: ГРКЦ ГУ Банка России по Ярославской области г. Ярославль

БИК 047888001

Счет № 40101810700000010010

Кроме того, на полях 104, 105 платежного документа необходимо указать код бюджетной классификации 16111626000016000140 и код ОКТМО 78701000 .

Копию документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, лицо, привлеченное к административной ответственности, направляет должностному лицу, вынесшему постановление (факс (4852) 32-93-71).

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП РФ неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного штрафа.

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно пункту 1 статьи 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.

В соответствии с частью 7 статьи 21 Федерального закона от 02.10.2007г. № 229-ФЗ «Об исполнительном производстве» постановление о наложении штрафа может быть предъявлено к исполнению в течение двух лет со дня его вступления в законную силу.

Постановление вступает в законную силу «\_\_\_» \_\_\_\_\_2016 г.

Срок предъявления к исполнению 2 (два) года со дня вступления постановления в законную силу.

Заместитель руководителя

Ярославского УФАС России М. Ф. Завьялов

Дата выдачи постановления «\_\_\_» \_\_\_\_\_

---

(подпись) (расшифровка подписи)