

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания

по делу №06-09/156-15

22 июня 2015 г.

г. Томск

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Томской области Бутенко Игорь Васильевич, рассмотрев протокол от 22.06.2015 и материалы дела об административном правонарушении, возбужденного в отношении Ф <...>, в присутствии Ф.,

УСТАНОВИЛ:

Ф <...> допустил нарушение ч.2.1 ст.21 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», ответственность за которое предусмотрена ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства о рекламе установлено, что на транспортном средстве с государственным регистрационным номером К 135 РА 70 с 01.02.2015 по 22.06.2015 размещена реклама алкогольной продукции (водки) «Казёнка» с изображением бутылки с надписью «водка «Казёнка».

Согласно п.7 ст.2 Федерального закон 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» 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), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива.

Согласно ч.2.1 ст.21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции разрешается только в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов. Реклама вина и игристого вина (шампанского), произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда разрешается на выставках пищевой продукции (за исключением продуктов детского питания) и выставках организаций общественного питания.

Рассматриваемая информация, адресована неопределенному кругу лиц, по своему содержанию направлена на привлечение внимания, формирование и поддержание интереса к алкогольной продукции, то есть содержит все признаки рекламы, закрепленные в пункте 1 статьи 3 Закона № 38-ФЗ, следовательно,

является рекламой.

Решением Комиссии Томского УФАС России по делу № 06-11/18-15 рассматриваемая реклама признана ненадлежащей.

Рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является Ф., что подтверждается письмом УМВД России по Томской области от 23.01.2015 №20/102, объяснениями Ф. от 21.06.2015, свидетельство о регистрации ТС 7001 №502939 от 10.10.2012, решением по делу №06-11/18-15.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях за нарушение законодательства о рекламе рекламодатель, рекламопроизводитель или рекламораспространитель несут административную ответственность.

При указанных обстоятельствах в отношении Ф. составлен протокол об административном правонарушении, предусмотренном ч.1 ст.14.3 КоАП РФ, возбуждено производство по настоящему делу.

В письменных объяснениях по делу, а также в ходе рассмотрения дела об административном правонарушении Ф. нарушение закона о рекламе признал, просил назначить минимальное наказание.

Заместитель руководителя управления, заслушав Ф., рассмотрев материалы дела, оценив собранные по делу доказательства, считает их достаточными и находит его вину в совершении административного правонарушения установленной и доказанной.

В соответствии с ст.2.1 КоАП РФ 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.

В соответствии с ч.1 ст.4.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении за нарушение законодательства о рекламе не может быть вынесено по истечении одного года со дня совершения административного правонарушения.

Объект правонарушения - общественные отношения, охраняемые Федеральным законом от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

Объективная сторона названного административного правонарушения состоит в нарушении ч.2.1 ст.21 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» при распространении рекламы алкогольной продукции с использованием транспортного средства на территории города Томска.

Субъект административного правонарушения – Ф. <...>, рекламораспространитель рассматриваемой рекламы.

Вина Ф. выражена в форме неосторожности и подтверждается в том числе, материалами дела №06-11/18-15, протоколом об административном правонарушении от 22.06.2015.

Ф., являясь рекламодателем рассматриваемой рекламы, имел возможность не распространять рекламу с нарушением ч.2.1 ст.21 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», однако не предпринял для того необходимых и достаточных мер.

На момент рассмотрения дела об административном правонарушении срок давности привлечения к административной ответственности не истек.

Обстоятельства, исключающие производство по делу № 06-09/156-15 не установлены.

Решая вопрос о виде и размере административного наказания, заместитель руководителя Управления ФАС по Томской области учитывает характер совершенного правонарушения, форму вины нарушителя, отягчающие и смягчающие обстоятельства.

Оснований для применения ст.2.9 КоАП РФ не установлено. Совершенное правонарушение представляет существенную угрозу охраняемым общественным отношениям и не является малозначительным, так как имело место распространение ненадлежащей рекламы алкогольной продукции. Существенная угроза охраняемым общественным отношениям заключается в данном случае не в наступлении каких-либо материальных последствий, а в пренебрежительном отношении лица к исполнению своих обязанностей в сфере соблюдения правил, предусмотренных законодательством о рекламе. Нарушение имеет повышенную степень общественной опасности (исходя из характера нарушения, значительной санкции ч.1 ст.14.3 КоАП РФ).

В качестве смягчающих обстоятельств учитывается то, что ранее Ф. к административной ответственности не привлекался.

Отягчающих обстоятельств по делу не установлено.

В связи с изложенным, представляется возможным назначить административное наказание ниже максимальной санкции, предусмотренной ч.1 ст.14.3 КоАП РФ.

Руководствуясь ст.ст.23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

Ф. <...> признать виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, и назначить наказание в виде административного штрафа в размере 2000 (двух тысяч) рублей.

В соответствии со статьями 30.1 и 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано вышестоящему должностному лицу либо в суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно со ст.31.1 Кодекса РФ об административных правонарушениях

постановление вступает в законную силу по истечении срока, установленного для обжалования.

В соответствии с ч.1 ст.32.2 Кодекса РФ об административных правонарушениях штраф должен быть уплачен не позднее 60 дней со дня вступления постановления о наложении штрафа в законную силу.

Согласно п.1 ст.20.25 Кодекса РФ об административных правонарушениях неуплата административного штрафа в срок, предусмотренный Кодексом об административных правонарушениях, влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа либо административный арест на срок до 15 суток.

Сумма штрафа зачисляется в бюджет бюджетной системы РФ по следующим реквизитам:

р/с 40101810900000010007

БИК 046902001

Банк получатель: ГРКЦ ГУ Банка России по Томской области г.Томск

Получатель: УФК по Томской области (Томское УФАС России).

КБК 161 1 16 26000 01 6000 140

ОКТМО 69701000

Назначение платежа: оплата штрафа за нарушение законодательства о рекламе согласно постановлению по делу № 06-09/156-15 от 22.06.2015.

В поле получатель указываются: ИНН 7019027633 / КПП 701701001 Томского УФАС России

Заместитель руководителя управления
Бутенко

И.В.