

Исх. №ГШ-08/9523 от 15.06.2018

Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (должностное лицо) – , рассмотрев протокол и материалы дела №А08-841/2018 об административном правонарушении, возбужденного в отношении ООО «Фэйшн-пресс» (422080, РТ, г. Набережные Челны, просп. Московский, д. 140; ОГРН 1121650014056, ИНН/КПП 1650246878/ 165001001, дата регистрации юридического лица: 13.07.2012 г.), по факту нарушения части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса об административных правонарушениях Российской Федерации (далее – КоАП РФ),

в присутствии:

- законного представителя ООО «Фэйшн-пресс» - <...>,

- представителя ООО «Фэйшн-пресс» по доверенности №5 от 12 марта 2018 года <...>.

УСТАНОВИЛ:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее - Управление) на рассмотрение поступило заявление <...> (физического лица) (вх. 3049/ж от 26.02.2018г.) о нарушении Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе».

Из поступившего обращения следует, что на странице 18 издания «Счастливы дома» размещена реклама алкогольной продукции, которая имеет признаки нарушения п. 1 ч. 2 ст. 21 Закона «О рекламе» в части запрета на рекламу алкогольной продукции в периодических печатных изданиях, за исключением рекламы пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, а также вина и игристого вина (шампанского), произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда, а также ч. 3 ст. 21 в части размещения рекламы предупреждением о вреде ее чрезмерного употребления менее 10% рекламной площади (пространства).

В ходе рассмотрения дела №08-25/2018 законный представитель – директор ООО «Фэйшн-Пресс» <...> (должностное лицо)– представила письменные пояснения по возбужденному делу №08-25/2018, в которых ссылаясь на статью 8 Закона Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» в соответствии с которым, основным документом, подтверждающим статус периодического печатного издания, является свидетельство о регистрации в качестве средства массовой информации, был представлен ответ Управления Роскомнадзора по Республике Татарстан, в котором сообщается, что издание «Счастливы дома» не зарегистрировано в качестве средства массовой информации. Исходя из данного письма, следует вывод о том, что издание «Счастливы дома» не является периодическим печатным изданием, и требования пункта 1 части 2 статьи 21 Закона «О рекламе» на нее не распространяются. Также представителями ООО «Фэйшн-Пресс» были представлены методы измерения процентного соотношения размещения рекламы алкогольной продукции с предупреждением о вреде ее чрезмерного употребления менее 10% рекламной

площади. Данные методы измерения Комиссией установлены как неверные, так как ООО «Фэйшн-Пресс» производило расчеты не от начала границ текстовых знаков, а от границ страницы журнала.

Согласно измерениям Управления, в которых расчеты производились путем нахождения объема необходимого предупреждения о вреде чрезмерного употребления алкогольной продукции (1,5 см. x 22,5 см. = 33,5 см.) и общего объема одной страницы печатного издания (23,5 см. x 17 см. = 399,5 см.), процент объема предупреждения от общего объема составил $33,5 \text{ см.} \times 100399,5 \text{ см.} = 8,44 \%$.

Согласно части 3 статьи 21 Закона «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).

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона «О рекламе» объектом рекламирования является 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.

<...>

Согласно ч.1 ст.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](#) 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.

Руководствуясь статьями 23.48, 29.9, а также ч. 1 ст.14.3, ч. 2 и 3 ст. 3.4, ч. 1 ст. 4.1.1, ч. 2 ст. 25.1, ст. 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

Признать ООО «Фэйшн-пресс» (422080, РТ, г. Набережные Челны, просп. Московский, д. 140; ОГРН 1121650014056, ИНН/КПП 1650246878/ 165001001, дата регистрации юридического лица: 13.07.2012 г.), виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч.1 ст.14.3 КоАП РФ и назначить наказание в виде предупреждения.

В соответствии с пунктом 3 части 1 и частью 3 статьи 30.1 КоАП РФ, 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 арбитражный суд по месту рассмотрения дела в течение 10 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.

<...>

(должностное лицо)