

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о наложении штрафа по делу № 04-5/2-12-2016

об административном правонарушении

«29» августа 2016 года

г. Тверь

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Тверской области (далее – Тверское УФАС России) Посохова Л.В., рассмотрев протокол от 15.08.2016 и материалы дела об административном правонарушении № 04-5/2-12-2016 в отношении должностного лица – администратора магазина ХХХ

в отсутствие ХХХ, надлежащим образом уведомленного о дате, времени и месте рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛ:

Решением по делу № 04-6/2-6-2016 признана ненадлежащей реклама алкогольной продукции, размещенная в бесплатном рекламном буклете № 190 за 13-26.10.2015, распространяемом в магазине ХХХ, действия ХХХ - нарушившими требования части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

Вышеуказанное дело возбуждено на основании заявления, в котором сообщалось о размещении в бесплатном рекламном буклете № 190 за 13-26.10.2015 магазина ХХХ, рекламы алкогольной продукции без предупреждения о вреде чрезмерного употребления алкоголя.

В бесплатном рекламном буклете на страницах 6-7 рекламировалась следующая пивная продукция: «MILLER GENUINE DRAFT» пиво светлое, 4,7%, 0,5 л, 42,99 р; Пиво «FRANZISKANER HEFE-WEISSBIER» светлое, 5%, 0,5 л, Германия 84,99р; Пиво «KRUSOVICE» светлое, 4,2%, 0,5 л, 39,99р; Пиво «SPATEN MUNCHEN» светлое, 5,2%, 0,5 л, Германия, 84,99р; Пиво «ERZMANN LIGHT», светлое, 4%, 0,5 л, Казахстан, 37,99р; Пиво «LEFFE BRUNE» темное, 6,5%, 0,5 л, Бельгия, 109,99р; Пиво «LEFFE BLONDE» светлое, 6,6%, 0,5 л, Бельгия, 109,99р; Пиво «ЮЗБЕРГ МЮНХЕНСКОЕ» светлое, 4,8%, 0,5 л, 49,99р; Пиво «CORONA EXTRA» светлое, 4,5%, 0,355 л, Мексика, 59,99р; «KONIGSBERG PREMIUM» пиво светлое, 4,7%, 0,48 л, 32,99р.

При этом реклама пива не сопровождалась предупреждением о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции.

В соответствии со статьей 3 Закона 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; 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.

Таким образом, признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, сформировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя.

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).

В соответствии с пунктом 7 статьи 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» под алкогольной продукцией понимается 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% 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, сидр, пуаре, медовуха.

Таким образом, к алкогольной продукции относится пиво с содержанием этилового спирта более 0,5 процента объема готовой продукции. Рекламируемое на страницах 6-7 вышеуказанного рекламного буклета пиво марок: «MILLER GENUINE DRAFT», «FRANZISKANER HEFE-WEISSBIER», «KRUSOVICE», «SPATEN MUNCHEN», «ERZMANN LIGHT», «LEFFE BRUNE», «LEFFE BLONDE», «ЮЗБЕРГ МЮНХЕНСКОЕ», «CORONA EXTRA», «KONIGSBERG PREMIUM» с содержанием этилового спирта более 0,5% объема готовой продукции является алкогольной продукцией.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, является ненадлежащей.

Действия XXX, распространившего в магазине XXX, рекламный буклет № 190 за 13-26.10.2015, содержащий рекламу пива на страницах 6-7 без предупреждения о вреде чрезмерного употребления алкоголя, совершены с нарушением части 3 статьи 21 Закона о рекламе.

В соответствии с частями 6 и 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований части 3 статьи 21 Закона о рекламе несет рекламодатель и рекламораспространитель.

XXX

Нарушение рекламодателем законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой административную ответственность в соответствии со статьей 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем,

рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных [частями 2 - 6](#) статьи 14.3, [частью 4 статьи 14.3.1](#), [статьями 14.37](#), [14.38](#), [19.31](#) КоАП РФ, влечет наложение административного штрафа на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей, на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей.

В соответствии со статьей 2.4 КоАП РФ административной ответственности подлежит должностное лицо в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей. При этом под должностным лицом понимается лицо, выполняющее организационно-распорядительные или административно-хозяйственные функции.

Согласно представленному ХХХ приказу (распоряжению) о приеме работника на работу ХХХ принят на должность администратора магазина с 24.05.2015. В действиях администратора магазина ХХХ имеется событие административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Дата совершения административного правонарушения – период с 13.10.2015 по 26.10.2015. Место совершения административного правонарушения: г. Тверь.

В соответствии с частями 1 и 2 статьи 2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое КоАП РФ или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

В соответствии со статьей 2.2 КоАП РФ административное правонарушение признается совершенным умышленно, если лицо, его совершившее, сознавало противоправный характер своего действия (бездействия), предвидело его вредные последствия и желало наступления таких последствий или сознательно их допускало либо относилось к ним безразлично. Административное правонарушение признается совершенным по неосторожности, если лицо, его совершившее, предвидело возможность наступления вредных последствий своего действия (бездействия), но без достаточных к тому оснований самонадеянно рассчитывало на предотвращение таких последствий либо не предвидело возможности наступления таких последствий, хотя должно было и могло их предвидеть.

В соответствии со статьей 24.1 КоАП РФ задачами производства по делу об административных правонарушениях является всестороннее, полное и объективное выяснение обстоятельств дела, разрешению его в соответствии с законом.

Согласно части 1 статьи 3.1 КоАП РФ административное наказание является установленной государством мерой ответственности за совершение административного правонарушения и применяется в целях предупреждения совершения новых правонарушений как самим правонарушителем, так и другими лицами.

Административное правонарушение ХХХ совершено виновно, форма вины – неосторожность.

В соответствии со статьей 2.9 КоАП РФ малозначительность правонарушения имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям, с учетом характера, степени общественной опасности, наличия или угрозы причинения вреда личности, обществу или государству. Квалификация правонарушения как малозначительного может иметь место только в исключительных случаях и производится с учетом положений пункта 21 постановления Пленума Верховного суда Российской Федерации от 24.03.2005 № 5 при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям, с учетом характера, степени общественной опасности, наличия или угрозы причинения вреда личности, обществу или государству. Требования части 7 статьи 7, части 7 статьи 24 Закона о рекламе абсолютны и выполнимы, их соблюдение не сопряжено с какими-либо сложностями. Доказательства, свидетельствующие о том, что неисполнение требований Закона о рекламе явилось следствием каких-либо чрезвычайных или не зависящих от ХХХ обстоятельств, отсутствуют.

Учитывая вышеизложенное, основания для применения положений статьи 2.9 КоАП РФ отсутствуют.

Вместе с тем, учитывая отсутствие обстоятельств, отягчающие административную ответственность, и первичность привлечения к административной ответственности, что рассматривается как обстоятельство, смягчающее административную ответственность, имеется возможность назначить административный штраф в размере минимальной санкции, предусмотренной частью 1 статьи 14.3. КоАП РФ.

Руководствуясь ст. 33 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», статьями 3.4, 4.4.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10, 4.2, 4.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать должностное лицо ХХХ виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. Наложить на ХХХ **административный штраф в размере 4 000 (четыре тысячи) рублей.**

Реквизиты для уплаты штрафа в доход бюджета: ХХХ

*Согласно части 1 статьи 32.2 КоАП РФ административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, **не позднее 60 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 КоАП РФ.*

*При отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, **по истечении 60 дней** Тверским УФАС России будут направлены соответствующие материалы судебному приставу-исполнителю для взыскания сумм*

штрафа в порядке, предусмотренном федеральным законодательством (пункт 5 статьи 32.2 КоАП РФ). Кроме того, Тверское УФАС России вправе принять решение о привлечении лица, не уплатившего административный штраф, к административной ответственности в соответствии со статьей 20.25 КоАП РФ.

Постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в соответствии со статьями 30.1 - 30.3 КоАП РФ в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу либо в суд в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

Заместитель руководителя управления _____

Л.В. Посохова

Копия постановления направлена по адресу регистрации и в адрес юридического лица

Сведения о взыскателе: ХХХ