

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

### о назначении административного наказания

по делу № 058/04/14.3-480/2023  
об административном правонарушении

23 августа 2023 года

г. Пенза, ул. Урицкого,

заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Пензенской области, рассмотрев протокол и материалы дела об административном правонарушении № 058/04/14.3-480/2023, возбужденного в отношении индивидуального предпринимателя <...>, по факту нарушения пункта 8 статьи 7; пункта 1 части 1, пункта 3 и 1, пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», установленному решением Пензенского УФАС России от 08.06.2023 по делу № 05/21-255/2023, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ), в ее присутствии,

#### УСТАНОВИЛ:

рассмотрение поступил протокол от 10.08.2023 № 058/04/14.3-480/2023 об административном правонарушении, составленный ведущим специалистом-экспертом отдела антимонопольного контроля и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Пензенской области (далее – Пензенское УФАС России) в отношении ИП <...>, в и с совершением нарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ).

Из протокола об административном правонарушении от 10.08.2023 № 058/04/14.3-480/2023 и материалов дела следует.

Пензенским УФАС России было рассмотрено дело № 058/05/21-255/2023 о нарушении законодательства о рекламе в отношении ИП <...> по факту нарушения пункта 8 статьи 7; пункта 1 части 1, пункта 3 части 1, пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»).

Рекламу, распространяемая ИП <...> решением Комиссии Пензенского УФАС России от 08.06.2023 в соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» признана ненадлежащей.

В соответствии с частью 1 статьи 28.1 КоАП РФ непосредственное обнаружение административных правонарушений, достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения, является поводом к возбуждению дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 настоящего Кодекса.

При рассмотрении дела №058/04/14.3-480/2023 ИП <...> ознакомлена с правами, предусмотренными Конституцией РФ и КоАП РФ.

При рассмотрении настоящего дела ИП <...> вину в рассматриваемом правонарушении признала.

змотрев материалы настоящего административного дела, прихожу к следующему.

г совершения ИП <...> действий по распространению ненадлежащей рекламы доказан  
де рассмотрения дела о нарушении законодательства о рекламе и подтверждается  
дставленными доказательствами.

материалов настоящего административного дела и дела о нарушении  
одательства о рекламе № 058/05/21-255/2023 следует, что в Пензенское УФАС  
упило обращение <...>, перенаправленное Прокуратурой Октябрьского района г.  
ы (от 27.04.2023 вх. №772/23) и Федеральной антимонопольной службой (от 04.05.2023 вх.  
1-ЭП/№), по вопросу рекламы продавца алкогольной продукции по адресу: г. Пенза,  
овоселов, 108А

зенским УФАС России определением от 10.05.2023 по факту распространения рекламы,  
лещенной фасаде здания (киоска) по адресу: г. Пенза, ул. Новоселов, 108А,  
уждено дело № 058/05/21-255/2023 по признакам нарушения пункта 8 статьи 7; пункта 1  
и 1, пункта 3 части 1, пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе» в отношении  
иколаевой В.С.

де рассмотрения обращения установлено, что в мае 2023 года на фасаде здания  
ска) по адресу: г. Пенза, ул. Новоселов, 108А распространяются баннеры с  
рмацией следующего содержания: «Best Beer Разливное пиво. Пусть бегут неуклюже  
эходы по лужам. И вода по асфальту рекой. Ведь неясно проходим в этот день  
гожий. От чего я веселый такой. Пиво от\_\_руб.»; «Большой выбор свежего пенного и  
кество закусок к нему. А также освежающий квас и прохладный лимонад» (с  
ражением бочки, кружек с пенным напитком и электронных сигарет); «В пиве – сила / в  
» – микробы!» (с изображением кружки с пенным напитком).

: безалкогольной продукции (пиктограммы) на указанных баннерах отсутствует.

оответствии со статьёй 3 ФЗ «О рекламе» рекламой является информация,  
ространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств,  
эсованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к  
экту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его  
движение на рынке.

неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее  
эделены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны  
оотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой  
нак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга  
означает отсутствие в рекламе указанного о некоем лице или лицах, для которых  
ама создана и на восприятие которых реклама направлена.

зматриваемая информация по своему содержанию и целевой направленности  
этся рекламой, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на  
лечение внимания к объектам рекламирования, формирование или поддержание  
реса к ним и их продвижение на рынке.

асно пункту 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе», объект рекламирования – товар, средства  
видуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара,  
льтаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное  
эвнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на  
лечение внимания к которым направлена реклама.

ектом рекламирования в рассматриваемом случае является продавец алкогольной дукции (пива) – «Best Beer», а также сама алкогольная продукция – «разливное пиво».

олько в рассматриваемой рекламе отсутствует пиктограмма, указывающая на то, что амируемый товар является безалкогольным, такая информация воспринимается, как ама алкогольной продукции.

асно пункту 7 статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 №171 «О государственном лировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и тосодержащей продукции и об ограничении потребителя (распития) алкогольной дукции» под алкогольной продукцией понимается пищевая продукция, которая зведена с использованием или без использования этилового спирта, произведенного ищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции, с содержанием ового спирта более 0,5 процентов объема готовой продукции, за исключением эвой продукции в соответствии с перечнем, установленным Правительством ийской Федерации. Алкогольная продукция подразделяется на такие виды, как тные напитки (в том числе водка), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино лпанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива.

им образом, к алкогольной продукции относится пиво с содержанием этилового спирта е 0,5 процентов объема готовой продукции.

ум ВАС РФ в пункте 2 Постановления от 08.10.2012 г. № 58 «О некоторых вопросах стики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указал, размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с зделенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту амирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в анных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару аточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака).

ответствии с пунктом 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной дукции не должна размещаться с использованием технических средств стабильного иториального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на цах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений зне их.

олько Федеральный закон «О рекламе» (в том числе статья 19) не содержит рупывающего перечня видов рекламных конструкций, в связи с чем рекламной :струкцией является любое техническое средство стабильного размещения. В спорном ае рассматриваемая в рамках дела рекламная надпись (изображение) было эсено на фасаде здания и, соответственно, было направлено на привлечение внимания рделенного круга лиц – потребителей указанной рекламы, что нарушает пункт 5 и 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

ответствии с частью 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции с ржанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции эшается только в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется ичная продажа алкогольной продукции, в том числе в дегустационных залах таких овых объектов.

ание частной пивоварни («Best Beer» в совокупности с надписью «Разливное пиво» с рражением бочки, кружек с пенным напитком) позволяет индивидуализировать данный экт как магазин, реализующий алкогольную продукцию, соответственно указанные в аме сведения воспринимаются как реклама продавца алкогольной продукции.

рушение требований части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе» рассматриваемая в рамках оящего дела реклама разливного пива распространяется вне стационарного ового объекта.

тиси: «Best Beer Разливное пиво» (с изображением бочки, кружек с пенным напитком), эцируется с алкогольной продукцией (пивом) и формирует у потребителей рекламы но интерес к пиву, алкогольной продукции.

ле того, воспроизведенная в рассматриваемой рекламе информация, размещенная на дде здания, т.е. представленная значительной части населения г. Пензы, очевидно эцируется у потребителя, в силу закона, относящегося к взрослой возрастной ории, с алкогольной продукцией, по своему содержанию привлекает интерес к пиву. ная информация направлена на привлечение внимания и поддержание интереса к ольной продукции. Следовательно, такая информация является рекламой алкогольной укции, а поэтому должна соответствовать специальным требованиям и ограничениям, новленным статьей 21 ФЗ «О рекламе».

ть 4 статьи 2 ФЗ «О рекламе» закрепляет, что специальные требования и ограничения, новленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов ров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств ивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к ру, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом установлены иальные требования и ограничения.

сдержания размещенной на здании (киоске) информации («Best Beer Разливное пиво ... ) от\_\_руб.») четко следует, что объектом рекламирования является продавец ольной продукции, соответственно, в указанной рекламе усматриваются признаки лшения пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

ле того, в рекламе, размещенной на баннере, указано в том числе следующее: «В пиве а / в воде – микробы!».

илу пункта 1 части 1 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции не на содержать утверждение о том, что употребление алкогольной продукции имеет ое значение для достижения общественного признания, профессионального, тивного или личного успеха либо способствует улучшению физического или ционального состояния.

ответствии с пунктом 3 части 1 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной укции не должна содержать утверждение о том, что алкогольная продукция редна или полезна для здоровья человека, в том числе информацию о наличии в ольной продукции биологически активных добавок, витаминов.

ама содержит утверждение о том, что употребление алкогольной продукции (пива) обствует улучшению физического состояния и полезна для здоровья человека.

занной рекламе усматриваются признаки нарушения пункта 1 части 1, пункта 3 части тьи 21 ФЗ «О рекламе».

е того, в рекламе, размещенной на баннере («Большой выбор свежего пенного и кество закусок к нему. А также освежающий квас и прохладный лимонад»), эржится изображение электронных сигарет.

электронные испарители, электронные сигареты, вейпы, кальяны (в том числе жидкости для испарения) используются для совершения действий, аналогичных процессу курения, испарители в зависимости от модели могут содержать никотин и иные вещества, содержащиеся в обычных изделиях. Таким образом, вейпы, электронные испарители, электронные сигареты могут быть отнесены к категории товаров, подобных курительным принадлежностям.

Средством распространяемой рекламы продвигается деятельность продавца товаров, предназначенных для процесса курения – устройство для потребления никотинсодержащей продукции.

Пояснил 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.

Реклама с изображением электронных сигарет имеет побудительный характер, стимулирует интерес к приобретению устройств для потребления никотинсодержащей продукции, и способствует росту числа потребителей таких товаров, что приводит к ухудшению состояния здоровья населения.

В пункте 8 статьи 7 ФЗ «О рекламе» установлено, что не допускается реклама табака, табачной продукции, табачных изделий, никотинсодержащей продукции, курительных принадлежностей, в том числе трубок, сигаретной бумаги, зажигалок, а также устройств для потребления никотинсодержащей продукции, кальянов.

В соответствии с п. 12 ч. 1 ст. 2 Федерального закона от 23.02.2013 N 15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма, последствий потребления табака или потребления никотинсодержащей продукции» (далее – Федеральный закон от 23.02.2013 N 15-ФЗ) устройства для потребления никотинсодержащей продукции – электронные или иные приборы, которые используются для получения никотинсодержащего аэрозоля, пара, вдыхаемых потребителем, в том числе электронные системы доставки никотина и устройства для нагревания табака (за исключением медицинских изделий и лекарственных средств, зарегистрированных в соответствии с законодательством Российской Федерации).

В пункте 16 Федерального закона от 23.02.2013 N 15-ФЗ установлен запрет рекламы и стимулирования продажи табака, табачных изделий или никотинсодержащей продукции, устройств для потребления никотинсодержащей продукции, кальянов, спонсорства табака или никотинсодержащей продукции.

В указанной рекламе усматриваются признаки нарушения пункта 1 части 1, пункта 3 пункта 4 статьи 7 ФЗ «О рекламе».

Согласно пункту 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В соответствии с частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частями 2 - 5 статьи 21 настоящего закона несет рекламодатель и рекламодатель.

Согласно частям 6, 7 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за распространение рекламы, не соответствующей требованиям п. 8 ст. 7 Закона о рекламе, несет и рекламодатель, и рекламодатель.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель – изготовитель или продавец

ра либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы

ду п. 7 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

тельность по вышеуказанному адресу осуществляет индивидуальный предприниматель

им образом, рекламодателем и рекламодателем вышеуказанной рекламы является ИП<...>

ствия ИП <...> были квалифицированы Комиссией Пензенского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, как нарушение положений пункта 8 статьи 7; пункта 1 части 1, пункта 3 части 1, пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 «О рекламе», а распространяемая реклама признана ненадлежащей.

основании части 1 статьи 14.3 Кодекса об административных правонарушениях Российской Федерации (далее – КоАП РФ) нарушение рекламодателем, изготовителем и рекламодателем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2-6 настоящей статьи, частью 4 статьи 1, 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 рублей до пятисот тысяч рублей.

то совершения административного правонарушения: г. Пенза.

ля совершения административного правонарушения: май 2023 года.

асно статье 2.4 КоАП РФ лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность образования юридического лица, совершившие административные правонарушения, несут административную ответственность как должностные лица, если настоящим Законом не установлено иное.

асно статье 2.4 КоАП РФ должностное лицо подлежит административной ответственности в случае совершения им административного правонарушения в связи с исполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

им образом, в действиях ИП <...>, содержится состав административного правонарушения, ответственность за которое наступает по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

к давности привлечения ИП <...> к административной ответственности, установленной частью 1 статьи 4.5 КоАП РФ за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, на момент вынесения постановления не истек.

основании части 2 статьи 4.1 КоАП РФ при назначении административного наказания юридическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, личность виновного, его имущественное положение, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

сти возможного применения положений статьи 4.1.1 КоАП РФ, антимонопольный орган считает следующее.

ть 1 статьи КоАП РФ закрепляет, что 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 может быть заменено на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных частью 2 статьи 3.4 настоящего Кодекса, за исключением случаев, предусмотренных частью 2 настоящей статьи.

Им образом, положение о возможности замены штрафа на предупреждение за впервые совершенное административное правонарушение может быть применено по статье 14.3 КоАП РФ в случае, если дело об административном правонарушении было возбуждено по итогам проведения контрольного (надзорного) мероприятия с взаимодействием с контролируемым лицом, проверки, в ходе которых было установлено соответствующее нарушение законодательства о рекламе. В случае, если дело об административном правонарушении, ответственность за совершение которого предусмотрена статьей 14.3 КоАП РФ, возбуждено антимонопольным органом без проведения контрольных (надзорных) мероприятий, проверки, часть 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ не подлежит применению.

В настоящем случае дело № 058/04/14.3-480/2023 возбуждено без проведения контрольных (надзорных) мероприятий, следовательно, положения норм статьи 4.1.1 КоАП РФ не подлежат применению.

Основаниями части 2 статьи 4.1 КоАП РФ при назначении административного наказания физическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, личность виновного, его имущественное положение, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

При рассмотрении дела об административном правонарушении обстоятельствами, смягчающими административную ответственность, согласно статье 4.2 КоАП РФ, являются:

совершение административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, впервые.

отсутствия обстоятельств, отягчающих административную ответственность, согласно статье 4.3 КоАП РФ, не установлено.

При рассмотрении настоящего административного дела сведений о тяжелом имущественном положении ИП <...>. не поступало.

отсутствия обстоятельств, исключающих согласно статье 24.5 КоАП РФ производство по делу об административном правонарушении, при рассмотрении административного дела, не установлено.

Согласно части 1 статьи 4.1 КоАП РФ административное наказание за совершение административного правонарушения назначается в пределах, установленных законом, предусматривающим ответственность за данное административное правонарушение, в соответствии с КоАП РФ.

Учитывая из конкретных обстоятельств дела и учитывая характер общественных отношений, которые посягает нарушитель, прихожу к выводу об отсутствии оснований для признания

щенного административного правонарушения малозначительным и освобождения ИП <...> от административной ответственности.

ответствии с пунктом 18 Постановления Пленума ВАС РФ от 02.06.2004 г. № 10 «О некоторых вопросах, возникающей в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» при квалификации правонарушения в качестве значительного необходимо исходить из оценки конкретных обстоятельств его совершения. Малозначительность правонарушения имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям. Такие обстоятельства, как, например, имущественное положение привлекаемого к ответственности лица, произвольное устранение последствий правонарушения, возмещение причиненного ущерба не являются обстоятельствами, свидетельствующими о малозначительности правонарушения.

овершенное ИП <...> правонарушение не является малозначительным, поскольку посягает на установленные нормативными правовыми актами гарантии на защиту потребителей от недостоверной рекламы. По указанному правонарушению существенная угроза охраняемым общественным отношениям заключается не в наступлении каких-либо негативных фактических последствий, а в пренебрежительном отношении заявителя к исполнению публично-правовых обязанностей.

рассматриваемом случае ИП <...> при отсутствии чрезвычайных и непредотвратимых обстоятельств со своей стороны не приняла все зависящие от нее меры по соблюдению требований действующего законодательства о рекламе и недопущению совершения административного правонарушения.

Факт совершения в действиях ИП <...> правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, в полной мере доказано и подтверждено материалами дела.

В соответствии с частью 1 статьи 25.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях лицо, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства и отводы, пользоваться юридической помощью защитника, а также иными процессуальными правами в соответствии с Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии со статьей 51 Конституции РФ никто не обязан свидетельствовать против себя самого, своего супруга и близких родственников, круг которых определяется федеральным [законом](#). Федеральным [законом](#) могут устанавливаться иные случаи освобождения от обязанности давать свидетельские показания.

Учитывая характер совершенного ИП <...> административного правонарушения, ее имущественное положение, руководствуясь статьями 4.1, частью 1 статьи 14.3, статьями 18, 29.9, 29.10, 29.11 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

Признать в действиях индивидуального предпринимателя <...> наличие состав административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью

ыи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

ззначить ИП <...>наказание в виде административного штрафа в размере 4 000 (четыре тысячи) рублей 00 копеек.