

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания в виде предупреждения

по делу № 013/04/14.3-189/2024 об административном правонарушении

26 апреля 2024 года

г. Саранск

Резолютивная часть постановления объявлена 26 апреля 2024 года, 15.00

Постановление в полном объеме изготовлено 26 апреля 2024 года

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Мордовия (далее - Мордовское УФАС России) <...>, рассмотрев протокол об административном правонарушении № 1444/24 от 16.04.2024г. и материалы дела № 013/04/14.3-189/2024 об административном правонарушении, возбужденного **в отношении должностного лица – директора магазина «Smart» №28 Общества с ограниченной ответственностью «Сладкая Жизнь Плюс» М<...> <...>**,

### УСТАНОВИЛ:

В рамках дела № 013/05/21-44/2024 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе рассмотрены обстоятельства распространения на территории городского округа Саранск Республики Мордовия рекламы алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции - вина АСТИ, ПРОСЕККО КОНТЕССА, ХЕНТЕ КОРРИЕНТЕ, а также водки ЛЕСНАЯ МОРОША, вариативно размещавшейся с 22 января по 07 февраля 2024 года с использованием плакатов, закрепленных на остеклении входной группы торгового центра «Арена» (г. Саранск, <...>), которая распространялась вне зоны стационарного торгового объекта – магазина «Smart», где осуществляется розничная продажа алкогольной продукции. Решением Комиссии Мордовского УФАС России от 25.03.2024 № ЕЛ/1106/24 по делу № 013/05/21-44/2024 такая реклама была признана ненадлежащей, нарушающей требования части 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Данный факт нарушения законодательства о рекламе стал поводом для составления в отношении рекламораспространителя – директора магазина «Smart» №28 ООО «Сладкая Жизнь Плюс» М<...> протокола Мордовского УФАС России об административном правонарушении № 1444/24 от 16.04.2024г., согласно которому названному должностному лицу вменяется совершение административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

До начала составления протокола об административном правонарушении в адрес Мордовского УФАС России поступило письмо М<...> <...>, в котором она ходатайствовала о составлении протокола в её отсутствие.

Протокол об административном правонарушении № 1444/24 от 16.04.2024г. составлен в отсутствие директора магазина «Smart» №28 ООО «Сладкая Жизнь Плюс» М<...>, в установленном порядке извещенной о времени и месте составления такого протокола об административном правонарушении. Копия составленного протокола об административном правонарушении № 1444/24 от

16.04.2024г. вместе с копией определения Мордовского УФАС России от 16.04.2024 № ДМ/1450/24 о назначении времени и места рассмотрения дела об административном правонарушении направлены в установленные сроки по адресу регистрации М<...> заказным письмом с уведомлением через Федеральную почтовую службу <...>, врученным адресату 25.04.2024 (справка об отправке/доставке почтового отправления, сформированная на сайте [saransk.f-post.ru/search](http://saransk.f-post.ru/search) и распечатанная 26.04.2024 из программы «Маркировочная почтовая система «Курьер-Софт»).

Соответственно, директор магазина «Smart» №28 ООО «Сладкая Жизнь Плюс» М<...> надлежащим образом уведомлена о времени и месте рассмотрения настоящего дела.

Рассмотрение дела № 013/04/14.3-189/2024 об административном правонарушении состоялось в назначенное время, к которому также приобщены материалы дела № 013/05/21-44/2024.

Содержание протокола об административном правонарушении № 1444/24 от 16.04.2024г. соответствует требованиям статьи 28.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, каких-либо нарушений при его составлении не выявлено.

Статьей 23.48 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях определено, что федеральный антимонопольный орган, его территориальные органы рассматривают дела об административных правонарушениях, предусмотренных статьей 14.3 настоящего Кодекса.

Согласно нормам части 1 статьи 4.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях давность привлечения к административной ответственности за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе исчисляется сроком в один год.

На момент составления и рассмотрения протокола об административном правонарушении № 1444/24 от 16.04.2024г. срок исковой давности еще не истек.

С учетом изложенного, протокол об административном правонарушении № 1444/24 от 16.04.2024г. рассматривает заместитель руководителя Мордовского УФАС России <...> по месту совершения административного правонарушения в порядке статьи 25.15, части 1 статьи 29.5, статьи 29.7 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отсутствие директора магазина «Smart» №28 ООО «Сладкая Жизнь Плюс» М<...>, надлежащим образом извещенной о времени и месте рассмотрения настоящего дела.

Оценив в порядке статьи 26.11 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях имеющиеся в материалах настоящего дела доказательства, уполномоченное должностное лицо территориального антимонопольного органа пришло к следующим выводам.

При проведении наблюдения за соблюдением обязательных требований на территории городского округа Саранск Республики Мордовия специалистами Мордовского УФАС России выявлен факт распространения 30 - 31 января 2024 года в помещении тамбура на остеклении входной группы торгового центра

«Арена» (г. Саранск, ул. Богдана Хмельницкого, д.35) рекламы вина АСТИ, ПРОСЕККО КОНТЕССА, ХЕНТЕ КОРРИЕНТЕ по скидкам с приложением Smart с 22 января по 04 февраля, а также продолжающееся распространение 05 февраля 2024 года в помещении тамбура на остеклении входной группы торгового центра «Арена» (г. Саранск, <...>) рекламы вина АСТИ, ПРОСЕККО КОНТЕССА, дополненное распространением рекламы ВОДКИ ЛЕСНАЯ МОРОША.

Факты распространения указанной рекламы алкогольной продукции (вина и водки) зафиксированы актом проведения наблюдения обязательных требований в сфере рекламы от 31.01.2024, а также актом проведения наблюдения обязательных требований в сфере рекламы от 05.02.2024, составленными специалистами Мордовского УФАС России, которые свидетельствуют о следующем.

На остеклении входной группы торгового центра «Арена» (г. Саранск, <...>), просматриваемом изнутри помещения тамбура, слева при движении на выход из торгового центра закреплены два плаката с зафиксированной 30 - 31 января 2024 года информацией:

«Скидки с приложением Smart от 659<sup>90</sup> ВИНО АСТИ, ПРОСЕККО КОНТЕССА 7,5% белое брют, сладкое, Италия 0,75 л с 22 января по 04 февраля низкие цены для лучшей жизни smart ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ» с изображениями двух бутылок с этикетками «ASTI» «PROSECCO», экрана мобильного телефона с QR-кодом, сообщением «Скачайте Smart» и логотипами «GooglePlay» «AppStore» «AppGallery»;

«Скидки с приложением Smart 469<sup>90</sup> 399<sup>90</sup> ВИНО ХЕНТЕ КОРРИЕНТЕ белое, красное сухое Испания 0,75 л с 22 января по 04 февраля низкие цены для лучшей жизни smart ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ» с изображениями двух бутылок с этикетками «GENTE CORRYENTE» «GENTE CORRYENTE», экрана мобильного телефона с QR-кодом, сообщением «Скачайте Smart» и логотипами «GooglePlay» «AppStore» «AppGallery».

На остеклении входной группы торгового центра «Арена» (г. Саранск, <...>), просматриваемом изнутри помещения тамбура, слева при движении на выход из торгового центра закреплены два плаката с зафиксированной 05 февраля 2024 года информацией:

«Скидки с приложением Smart от 659<sup>90</sup> ВИНО АСТИ, ПРОСЕККО КОНТЕССА 7,5% белое брют, сладкое, Италия 0,75 л с 05 по 18 февраля низкие цены для лучшей жизни smart ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ» с изображениями двух бутылок с этикетками «ASTI» «PROSECCO», экрана мобильного телефона с QR-кодом, сообщением «Скачайте Smart» и логотипами «GooglePlay» «AppStore» «AppGallery»;

«с 05 по 18 февраля smart\* 299<sup>90</sup> ВОДКА ЛЕСНАЯ МОРОША №1 40% Россия 0,5 л низкие цены для лучшей жизни \*умный Цены действительны в супермаркетах SMART. Цены указаны в рублях. Акция действует при условии наличия товара. Внешний вид может отличаться от представленного. Количество товара ограничено. Цены действительны с 05 по 18 февраля 2024 года. ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ» с изображением бутылки с этикеткой «ЛЕСНАЯ МОРОША на минеральной воде ВОДКА ЭКОспирт и минеральная вода рожденная в Карелии уровень 1 мягкости».

Из материалов дела № 013/05/21-44/2024 следует, что такая информация демонстрировалась в период с 22 января по 07 февраля 2024 года.

Вариативно демонстрируемая для всеобщего обозрения информация о конкретном товаре - «от 659<sup>90</sup> ВИНО АСТИ, ПРОСЕККО КОНТЕССА 7,5% белое брют, сладкое, Италия 0,75 л», «469<sup>90</sup> 399<sup>90</sup> ВИНО ХЕНТЕ КОРРИЕНТЕ белое, красное сухое Испания 0,75 л», «299<sup>90</sup> ВОДКА ЛЕСНАЯ МОРОША №1 40% Россия 0,5 л» с изображением образцов таких вин и водки с оригинальными этикетками направлена на привлечение внимания потребителей к ассортиментному ряду конкретной алкогольной продукции, реализуемой в супермаркетах Smart по скидкам с приложением Smart в периоды действия акции с 22 января по 04 февраля и с 05 по 18 февраля, на формирование и поддержание интереса к такой алкогольной продукции и ее продавцу Smart, призвана способствовать реализации алкогольной продукции, что по всем признакам соответствует понятию рекламы.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с помощью 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» объект рекламирования – товар, средство индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности, либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Согласно пункту 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Объектом рекламирования рассматриваемой рекламы являются вина АСТИ, ПРОСЕККО КОНТЕССА, ХЕНТЕ КОРРИЕНТЕ, предлагаемые по скидкам с приложением Smart с 22 января по 04 февраля, вина АСТИ, ПРОСЕККО КОНТЕССА, предлагаемые по скидкам с приложением Smart с 05 по 18 февраля, а также водка ЛЕСНАЯ МОРОША крепостью 40%, предлагаемая по акции в супермаркетах Smart с 05 по 18 февраля.

В торговом центре «Арена» (г. Саранск, <...>) наряду с другими объектами торговли находится магазин «Smart», брендированная вывеска которого, среди прочих вывесок, размещена на фасаде названного торгового центра.

Магазин «Smart» является объектом торговли ООО «Сладкая Жизнь Плюс», в торговом зале которого, в секции «Алкогольные напитки», выставлены для продажи поименованные в рекламе вина с такими ценниками, как вино АСТИ КОНТЕССА бел сладкое 7,5% 0,75л Италия, ПРОСЕККО КОНТЕССА бел брют 11% 0,75л Италия, ХЕНТЕ КОРРИЕНТЕ айрен белое сухое 11% 0,75л Испания, ХЕНТЕ КОРРИЕНТЕ темпранильо красное сухое 12,5% 0,75л Испания, а также поименованная в рекламе водка с таким ценником, как водка МОРОША уровень мягкости 1 40% 0,5 л Россия цена за

шт. 299<sup>90</sup> (акты проведения наблюдения обязательных требований в сфере рекламы от 31.01.2024, от 05.02.2024).

Общество с ограниченной ответственностью «Сладкая Жизнь Плюс» <...> значится в Едином государственном реестре юридических лиц, сведения о котором размещены на официальном сайте Федеральной налоговой службы [egrul.nalog.ru](http://egrul.nalog.ru), и основным видом деятельности которого является торговля оптовая пищевыми продуктами, напитками и табачными изделиями (ОКВЭД 46.3), в том числе среди дополнительных видов деятельности - торговля розничная пищевыми продуктами, напитками и табачными изделиями в специализированных магазинах (ОКВЭД 47.2), а также имеет лицензию <...>, выданную Министерством экономики, торговли и предпринимательства Республики Мордовия, на осуществление деятельности по розничной продаже алкоголя по месту нахождения обособленного подразделения: Республика Мордовия, г. Саранск, <...>.

ООО «Сладкая Жизнь Плюс» с целью организации своей торговой деятельности арендует помещение по адресу: г. Саранск, <...>. Данные обстоятельства подтверждаются договором аренды <...>, заключенным между ИП <...> и ООО «Сладкая Жизнь Плюс».

Согласно сведениям, предоставленным с письмом ООО «Сладкая Жизнь Плюс» <...>, по указанному месту нахождения помещения торговли (г. Саранск, <...>) реализуется в ассортименте как крепкий алкоголь, в частности, водка, так и вино.

Соответственно, ООО «Сладкая Жизнь Плюс» на законных основаниях занимается розничной продажей алкогольной продукции в магазине «Smart» (г. Саранск, <...>) и является продавцом алкогольной продукции, в чьих интересах распространена рассматриваемая реклама вина и водки.

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» 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, коньяк, виноградная водка, бренди), вино, крепленое вино, игристое вино, включая российское шампанское, виноградосодержащие напитки, плодовая алкогольная продукция, плодовые алкогольные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

Тем самым рассматриваемой рекламой продвигаются реализуемые в магазине «Smart» вино АСТИ, ПРОСЕККО КОНТЕССА, ХЕНТЕ КОРРИЕНТЕ крепостью от 7,5% до 12,5%, а также водка МОРОША крепостью 40%, то есть конкретная алкогольная продукция крепостью более 5%.

Статьей 21 Федерального закона «О рекламе» в отношении рекламы алкогольной продукции установлены специальные требования и ограничения.

В соответствии с частью 2.1 статьи 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, крепленого вина и игристого вина, 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, а также на специализированных ярмарках винодельческой продукции (специализированный раздел ярмарки пищевой промышленности и сопутствующих товаров).

Из приведенных законоположений следует, что реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции разрешается только в пределах зоны стационарных торговых объектов, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, и не должна размещаться вне таких объектов торговли.

Однако в рассматриваемом случае реклама алкогольной продукции крепостью более 5% - вина АСТИ, ПРОСЕККО КОНТЕССА, ХЕНТЕ КОРРИЕНТЕ, водки МОРОША распространяется вне зоны торгового помещения магазина «Smart», а именно, в тамбуре входной группы торгового центра «Арена», являющегося зоной интенсивного движения посетителей торгового центра, в котором находятся и другие торговые объекты, в частности, магазин «Детский мир», вывеска которого «ДЕТСКИЙ МИР новый магазин» размещена на стене тамбура недалеко от места расположения плакатов с рекламой алкоголя (видео-, фотоотчеты имеются в материалах настоящего дела).

Следовательно, распространяемая реклама алкогольной продукции направлена на находящихся за пределами магазина «Smart» потребителей, в том числе несовершеннолетних, а не на покупателей в месте продажи алкоголя, что недопустимо.

В данном случае ООО «Сладкая Жизнь Плюс», чья торговая деятельность по продаже алкоголя в магазине «Smart» продвигается рассматриваемой рекламой, определило содержание такой рекламы и инициировало её распространение посредством размещения рекламных плакатов за пределами зоны торговли алкоголем, и тем самым выступило рекламодателем и рекламораспространителем.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламодатель и рекламораспространитель – ООО «Сладкая Жизнь Плюс» вопреки законодательно установленным требованиям организовало распространение рекламы алкоголя в запрещенном месте и тем самым допустило нарушение части 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Следовательно, вариативно распространявшаяся на территории городского округа Саранск Республики Мордовия в период с 22 января по 07 февраля 2024 года реклама «Скидки с приложением Smart от 659<sup>90</sup> ВИНО АСТИ, ПРОСЕККО КОНТЕССА 7,5% белое брют, сладкое, Италия 0,75 л с 22 января по 04 февраля низкие цены для лучшей жизни smart ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ» с изображениями двух бутылок с этикетками «ASTI» «PROSECCO», экрана мобильного телефона с QR-кодом, сообщением «Скачайте Smart» и логотипами «GooglePlay» «AppStore» «AppGallery», реклама «Скидки с приложением Smart 469<sup>90</sup> 399<sup>90</sup> ВИНО ХЕНТЕ КОРРИЕНТЕ белое, красное сухое Испания 0,75 л с 22 января по 04 февраля низкие цены для лучшей жизни smart ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ» с изображениями двух бутылок с этикетками «GENTE CORRYENTE» «GENTE CORRYENTE», экрана мобильного телефона с QR-кодом, сообщением «Скачайте Smart» и логотипами «GooglePlay» «AppStore» «AppGallery», реклама «Скидки с приложением Smart от 659<sup>90</sup> ВИНО АСТИ, ПРОСЕККО КОНТЕССА 7,5% белое брют, сладкое, Италия 0,75 л с 05 по 18 февраля низкие цены для лучшей жизни smart ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ» с изображениями двух бутылок с этикетками «ASTI» «PROSECCO», экрана мобильного телефона с QR-кодом, сообщением «Скачайте Smart» и логотипами «GooglePlay» «AppStore» «AppGallery», реклама «с 05 по 18 февраля smart\* 299<sup>90</sup> ВОДКА ЛЕСНАЯ МОРОША №1 40% Россия 0,5 л низкие цены для лучшей жизни \*умный Цены действительны в супермаркетах SMART. Цены указаны в рублях. Акция действует при условии наличия товара. Внешний вид может отличаться от представленного. Количество товара ограничено. Цены действительны с 05 по 18 февраля 2024 года. ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ» с изображением бутылки с этикеткой «ЛЕСНАЯ МОРОША на минеральной воде ВОДКА ЭКОспирт и минеральная вода рожденная в Карелии уровень 1 мягкости», размещенная поэтапно на двух плакатах (1 и 2 реклама – с 22 января по 04 февраля; 3 и 4 реклама - с 05 февраля по 07 февраля), закрепленных на остеклении входной группы торгового центра «Арена» (г. Саранск, <...>) и просматриваемых изнутри помещения тамбура, слева при движении на выход из торгового центра, то есть вне зоны торгового помещения магазина «Smart», в котором осуществляется розничная продажа такой алкогольной продукции, нарушает требования части 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» и поэтому является ненадлежащей рекламой.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В соответствии с частью 4 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» определено, что рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 2.1 статьи 21 настоящего Федерального закона.

Фактически установленные данные свидетельствуют о том, что

рекламораспространителем вышеназванной ненадлежащей рекламы, одновременно выступившим рекламодателем, является ООО «Сладкая Жизнь Плюс» <...>.

Вместе с тем в пункте 15 постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 24.03.2005 № 5 «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях» указано, что в соответствии с частью 3 статьи 2.1 КоАП РФ в случае совершения юридическим лицом административного правонарушения и выявления конкретных должностных лиц, по вине которых оно было совершено (статья 2.4 КоАП РФ), допускается привлечение к административной ответственности по одной и той же норме как юридического лица, так и указанных должностных лиц.

Ответственность за нарушение установленных законодательством о рекламе требований к рекламе алкогольной продукции предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 17 настоящей статьи, частью 4 статьи 14.3.1, 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 до пятисот тысяч рублей.

Согласно статье 2.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административной ответственности подлежит должностное лицо в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

В силу примечания к статье 2.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях под должностным лицом в настоящем Кодексе следует понимать лицо, постоянно, временно или в соответствии со специальными полномочиями осуществляющее функции представителя власти, то есть наделенное в установленном законом порядке распорядительными полномочиями в отношении лиц, не находящихся в служебной зависимости от него. Совершившие административные правонарушения в связи с выполнением организационно-распорядительных или административно-хозяйственных функций руководители и другие работники иных организаций несут административную ответственность как должностные лица.

Тем самым административной ответственности по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях подлежит как юридическое лицо – ООО «Сладкая Жизнь Плюс», распространившее в запрещенном Законом месте рассматриваемую ненадлежащую рекламу алкогольной продукции, так и конкретное должностное лицо ООО «Сладкая Жизнь Плюс», по вине которого оно было совершено.

В письме ООО «Сладкая Жизнь Плюс» <...> сообщается о том, что скидки на



демонстрируемые в рекламе товары предоставляются по распоряжению исполнительного директора. При этом к письму ООО «Сладкая Жизнь Плюс» <...> приложен ряд документов, в том числе объяснение исполнительного директора Общества <...>, трудовой договор <...>, заключенный между ООО «Сладкая Жизнь Плюс» и <...>, из п.5.2.6 которого следует, что работник <...> обязана осуществлять организационно-распорядительные функции – полномочия должностного лица, связанные с руководством подразделения «Магазины Smart».

Исполнительный директор ООО «Сладкая Жизнь Плюс» <...>, осуществляя такие полномочия, организовала проведение рекламной акции по предоставлению скидок, в том числе на алкоголь, в сети магазинов Smart, что следует из её объяснения, приложенного к письму ООО «Сладкая Жизнь Плюс» <...>. Соответственно, действия ООО «Сладкая Жизнь Плюс» по распространению рассматриваемой ненадлежащей рекламы осуществлялись по распоряжению исполнительного директора Общества <...>.

Между тем фактическое исполнение такого распоряжения путем адресного размещения рекламных плакатов в принадлежащих Обществу объектах торговли осуществлено директорами магазинов Smart, что следует из объяснений директоров сети магазинов Smart, также приложенных к письму ООО «Сладкая Жизнь Плюс» <...>.

При таких обстоятельствах следует признать, что организованная исполнительным директором ООО «Сладкая Жизнь Плюс» <...> рекламная акция осуществлялась непосредственными фактическими действиями директоров магазинов Smart, определивших выбор конкретного места расположения плакатов с рекламой товаров, в том числе алкоголя, предлагаемых Smart в периоды проведения акции по скидкам.

В рассматриваемом случае зафиксировано размещение ненадлежащей рекламы алкоголя за пределами зоны торговли одного магазина «Smart», находящегося по адресу: г. Саранск, <...>, и такое размещение опосредовано и выражено действиями директора магазина «Smart» №28 ООО «Сладкая Жизнь Плюс» М<...>, назначенной на должность приказом ООО «Сладкая Жизнь Плюс» <...>.

Из должностной инструкции директора магазина, утвержденной генеральным директором ООО «Сладкая Жизнь Плюс» <...>, следует, что, среди прочего, основной задачей (функцией) должности является распределение и иная работа с рекламными конструкциями.

Тем самым в данном случае конкретное должностное лицо – директор магазина «Smart» №28 ООО «Сладкая Жизнь Плюс» М<...>, в силу своих должностных обязанностей, осуществила непосредственные организационно-распорядительные действия по распределению плакатов с рассматриваемой ненадлежащей рекламой алкоголя, и, определяя место размещения таких плакатов, должна знать требования законодательства о рекламе и соблюдать их.

Однако директор магазина «Smart» №28 ООО «Сладкая Жизнь Плюс» М<...>, имея правовую и реальную возможность выполнить обязанность по соблюдению требований законодательства о рекламе, не проявила разумной заботливости и осмотрительности, и не приняла все зависящие от неё меры для соблюдения

требований, установленных частью 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе», вследствие чего допустила распространение рассматриваемой ненадлежащей рекламы, за что предусмотрена административная ответственность.

Тем самым действиями директора магазина «Smart» №28 ООО «Сладкая Жизнь Плюс» М<...>, которая в данном случае выступила в качестве рекламодателя, опосредовано и выражено распространение рассматриваемой ненадлежащей рекламы.

Соответственно, в действиях рекламодателя – директора магазина «Smart» №28 ООО «Сладкая Жизнь Плюс» М<...> присутствует состав административного правонарушения, ответственность за совершение которого предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Следует отметить, что состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, является формальным и не требует материально-правовых последствий содеянного.

Временем и местом совершения административного правонарушения является период и место распространения рассматриваемой ненадлежащей рекламы с 22 января по 07 февраля 2024 года на территории городского округа Саранск Республики Мордовия, <...>.

Директор магазина «Smart» №28 ООО «Сладкая Жизнь Плюс» М<...> в своем письме <...> просит при рассмотрении дела об административном правонарушении применить положения ст.2.9 КоАП РФ и признать содеянное малозначительным нарушением либо применить положения статьи 4.1.1 КоАП РФ, заменив наказание в виде административного штрафа на предупреждение со ссылкой на то, что она ранее не привлекалась к административной ответственности, а совершенное деяние не повлекло вредных последствий и отсутствует причиненный имущественный вред.

Исследовав и оценив обстоятельства настоящего дела в их совокупности, уполномоченное должностное лицо территориального антимонопольного органа пришло к следующим выводам.

В рассматриваемом случае объектом правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, являются общественные отношения в области рекламы.

Объективная сторона административного правонарушения заключается в нарушении части 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе», выразившегося в распространении ненадлежащей рекламы алкогольной продукции крепостью более 5% - вина АСТИ, ПРОСЕККО КОНТЕССА, ХЕНТЕ КОРРИЕНТЕ, водки МОРОША вне зоны торгового помещения, где осуществляется розничная продажа такого алкоголя.

Субъектом правонарушения в данном случае является должностное лицо – рекламодатель М<...> - директор магазина «Smart» №28 ООО «Сладкая

Жизнь Плюс».

В силу части 1 статьи 1.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях лицо подлежит административной ответственности только за те административные правонарушения, в отношении которых установлена его вина.

Частью 1 статьи 2.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях предусмотрено, что административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

В данном случае при реализации рекламодателем - директором магазина «Smart» №28 ООО «Сладкая Жизнь Плюс» М<...> организационно-распорядительных действий по распределению плакатов с рассматриваемой ненадлежащей рекламой алкоголя не установлены обстоятельства, находящиеся вне её контроля и препятствующие исполнению обязанностей по соблюдению законодательства о рекламе, либо вынуждающие её действовать в состоянии крайней необходимости.

Все процессуальные права директора магазина «Smart» №28 ООО «Сладкая Жизнь Плюс» М<...>, в отношении которой ведется производство по делу об административном правонарушении, предусмотренные Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях, соблюдены.

В соответствии со статьей 2.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях при малозначительности совершенного административного правонарушения судья, должностное лицо, уполномоченные решить дело об административном правонарушении, могут освободить лицо, совершившее административное правонарушение, от административной ответственности и ограничиться устным замечанием.

Из положений пункта 18 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» следует, что при квалификации правонарушения в качестве малозначительного необходимо исходить из оценки конкретных обстоятельств его совершения. Малозначительность правонарушения имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям. Такие обстоятельства, как, например, личность и имущественное положение привлекаемого к ответственности лица, добровольное устранение последствий правонарушения, возмещение причиненного ущерба, не являются обстоятельствами, свидетельствующими о малозначительности правонарушения. Данные обстоятельства в силу частей 2 и 3 статьи 4.1 КоАП РФ учитываются при назначении административного наказания.

Директор магазина «Smart» №28 ООО «Сладкая Жизнь Плюс» М<...>, выступая в качестве рекламодателя рассматриваемой рекламы, при выборе места размещения рекламы алкоголя обязана была руководствоваться требованиями части 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе», и при этом

имела возможность не нарушать законодательно установленные требования, однако не проявила необходимой заботливости и осмотрительности для недопущения нарушения рекламного законодательства, по сути, уклонилась от обязанности соблюдать требования рекламного законодательства, и тем самым пренебрежительно отнеслась к исполнению возложенных на неё Законом обязанностей, вследствие чего распространила ненадлежащую рекламу в зоне интенсивной посещаемости, в том числе магазина «Детский мир», в непосредственной близости от вывески которого в течение 17 дней демонстрировались рекламные плакаты с алкоголем, чем нарушила права и законные интересы потребителей рекламы, и такими незаконными действиями посягнула на установленный, регламентированный государством, порядок распространения рекламы, создав тем самым существенную угрозу охраняемым общественным отношениям в сфере рекламы, направленным на ограничение рекламы алкоголя в целях недопущения причинения вреда жизни и здоровью граждан, сохранения и улучшения общественного здоровья в целом.

При таких обстоятельствах, принимая во внимание существенность угрозы охраняемым общественным отношениям и учитывая отсутствие исключительности рассматриваемого случая, оснований для признания малозначительным совершённого правонарушения не усматривается.

В рассматриваемом случае вина должностного лица – директора магазина «Smart» №28 ООО «Сладкая Жизнь Плюс» М<...> заключается в непринятии ею исчерпывающих мер по соблюдению норм и правил рекламного законодательства.

Исходя из выше изложенного, заявленное в письме М<...> <...> ходатайство о признании содеянного малозначительным отклоняется как не нашедшее своего подтверждения.

Обстоятельств, исключающих производство по делу об административном правонарушении (статья 24.5 КоАП РФ), не установлено.

В соответствии с частью 2 статьи 4.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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.

В процессе административного производства не установлено фактов привлечения директора магазина «Smart» №28 ООО «Сладкая Жизнь Плюс» М<...> к административной ответственности, в том числе за нарушение рекламного законодательства. При этом директор магазина «Smart» №28 ООО «Сладкая Жизнь Плюс» М<...>, совершившая административное правонарушение, оказала содействие антимонопольному органу, уполномоченному осуществлять производство по делу об административном правонарушении, в установлении обстоятельств, подлежащих установлению по делу об административном правонарушении, а также осуществила организационно-распорядительные действия по устранению допущенного нарушения. Приведенные обстоятельства принимаются как обстоятельства, смягчающие административную ответственность. Обстоятельств, отягчающих административную ответственность,

не установлено.

Уполномоченное должностное лицо территориального антимонопольного органа, учитывая общие правила назначения административного наказания, предусмотренные статьей 4.1 КоАП РФ, исходит из того, что установленное административное правонарушение совершено должностным лицом впервые, в связи с чем заявленное в письме М<...> <...> ходатайство о замене наказания в виде штрафа на предупреждение в данном конкретном случае может быть удовлетворено.

Согласно части 1 статьи 3.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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.

В соответствии с частью 1 статьи 4.1.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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.

Частью 1 статьи 3.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях определено, что предупреждение - мера административного наказания, выраженная в официальном порицании физического или юридического лица. Предупреждение выносится в письменной форме.

В соответствии с частью 2 статьи 3.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях предупреждение устанавливается за впервые совершенные административные правонарушения при отсутствии причинения вреда или возникновения угрозы причинения вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также при отсутствии имущественного ущерба.

Согласно части 3 статьи 3.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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 в соответствии со статьей 4.1.1 настоящего Кодекса.

В Обзоре судебной практики Верховного Суда Российской Федерации № 4 (2018),

утвержденном Президиумом Верховного Суда РФ 26.12.2018 (п.43) указано, что помимо прочих условий, установленных ст. 4.1.1 КоАП РФ для возможности замены административного штрафа на предупреждение, основополагающим условием для применения указанной нормы КоАП РФ является то обстоятельство, что административное правонарушение совершено впервые, то есть преференция, предусмотренная ст. 4.1.1 КоАП РФ, является исключительной. При этом при рассмотрении вопроса о возможности замены административного штрафа на предупреждение должны учитываться совершенные ранее иные административные правонарушения, в том числе не являющиеся однородными по отношению к рассматриваемому правонарушению.

Уполномоченное должностное лицо антимонопольного органа, оценив характер и конкретные обстоятельства совершённого правонарушения, роль правонарушителя, его имущественное положение, находит, что в отношении директора магазина «Smart» №28 ООО «Сладкая Жизнь Плюс» М<...>, виновной в совершении административного правонарушения, санкции по которому предусмотрены частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, как к должностному лицу, впервые совершившему административное правонарушение в области рекламы, может быть применена мера административного наказания в виде предупреждения.

На основании приведенных положений Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях и установленных в процессе административного производства обстоятельств применение к директору магазина «Smart» №28 ООО «Сладкая Жизнь Плюс» М<...> административного наказания в виде предупреждения будет отвечать принципам соразмерности и справедливости наказания, соответствующим характеру совершённого административного правонарушения, и при этом позволит достичь предупредительные цели, установленные частью 1 статьи 3.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, а также обеспечить соответствующую защиту охраняемым Законом государственным и общественным интересам.

Руководствуясь частью 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе», а также статьями 3.1, 3.4, частью 1 статьи 4.1.1, частью 1 статьи 14.3, статьями 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

#### ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать **должностное лицо – директора магазина «Smart» №28 Общества с ограниченной ответственностью «Сладкая Жизнь Плюс» М<...>** <...> нарушившей часть 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, поскольку ею не соблюдены требования части 2.1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

2. Заменить **должностному лицу – директору магазина «Smart» №28 Общества с ограниченной ответственностью «Сладкая Жизнь Плюс» М<...>** <...> наказание в виде административного штрафа на предупреждение.

3. В соответствии со статьей 3.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях предупредить **должностное лицо –**

**директора магазина «Smart» №28 Общества с ограниченной ответственностью «Сладкая Жизнь Плюс» М<...> <...>** об административной ответственности за нарушение законодательства о рекламе, предусмотренной статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с частью 1 статьи 29.11 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП) постановление по делу об административном правонарушении объявляется немедленно по окончании рассмотрения дела. В исключительных случаях по решению лица (органа), рассматривающего дело об административном правонарушении, составление мотивированного постановления может быть отложено на срок не более чем три дня со дня окончания разбирательства дела, за исключением дел об административных правонарушениях, указанных в частях 3 - 5 статьи 29.6 настоящего Кодекса, при этом резолютивная часть постановления должна быть объявлена немедленно по окончании рассмотрения дела. День изготовления постановления в полном объеме является днем его вынесения.

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

В соответствии со статьей 31.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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; после истечения срока, установленного для обжалования решения по жалобе, протесту, если указанное решение не было обжаловано или опротестовано, за исключением случаев, если решением отменяется вынесенное постановление; немедленно после вынесения не подлежащего обжалованию решения по жалобе, протесту, за исключением случаев, если решением отменяется вынесенное постановление.

Заместитель руководителя Управления

<...>