ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания

по делу № 3-24/01-2019

об административном правонарушении

24 января 2019 года

г. Пенза, ул. Урицкого, 12

Я, руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Пензенской области, рассмотрев протокол и материалы дела об административном правонарушении № 3-24/01-2019, возбужденного в отношении И..., по факту нарушения пункта 8 статьи 7 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», ответственность за которое предусмотрена частью 4 статьи 14.3.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ),

УСТАНОВИЛ:

На рассмотрение поступил протокол от 17.01.2019 № 3-24/01-2019 об административном правонарушении, составленный главным специалистом-экспертом отдела контроля органов власти и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Пензенской области (далее – Пензенское УФАС России) в отношении И..., в связи с совершением деяния, ответственность за которое предусмотрена частью 4 статьи 14.3.1 КоАП РФ.

Из протокола об административном правонарушении от 17.01.2019 № 3-24/01-2019 и материалов дела следует.

Пензенским УФАС России было рассмотрено дело № 3-01/22-2018 о нарушении законодательства о рекламе в отношении И... по факту нарушения пункта 8 статьи 7 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее ФЗ «О рекламе»).

Распространяемая И... реклама решением Комиссии Пензенского УФАС России от 24 декабря 2018 года в соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» признана ненадлежащей.

В соответствии с частью 1 статьи 28.1 КоАП РФ непосредственное обнаружение должностными лицами, уполномоченными составлять протоколы об административных правонарушениях, достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения, является поводом к возбуждению дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3.1 настоящего Кодекса.

На рассмотрении дела об административном правонарушении № 3-24/01-2019 И... вину в совершении правонарушения признал.

Рассмотрев материалы настоящего административного дела, прихожу к следующему.

Факт совершения И.. действий по распространению ненадлежащей рекламы доказан в ходе рассмотрения дела о нарушении законодательства о рекламе и подтверждается представленными доказательствами.

Из материалов настоящего административного дела и дела о нарушении законодательства о рекламе № 3-01/22-2018 следует, что 26 сентября 2018 года гр. И.. в киоске сети «Т», расположенном по адресу: г. Пенза, распространял информацию о табачной продукции British American Tobacco.

В соответствии с представленными гр. документами и сведениями информация, распространяемая в киоске сети «Т», содержит следующий текст: «Добрый день! Вы курите? – Ответ: Да. Меня зовут xxxx. Я консультант по табачной продукции. Какую марку сигарет Вы предпочитаете? Какой, формат? С капсулой или без?

- Kent Nano Микс Амбер. В таком случае впервые представляем Вам Kent Nano Микс с уникальным вкусом персика. Активируйте новую капсулу и почувствуйте насыщенный вкус табака с персиковыми нотками. Вы можете купить Kent по цене не выше xxx рублей (МРЦ).

- Kent Nano. Если потребителю не интересен Kent с капсулой. Тогда хочу вам представить сигареты Kent Nano без капсулы. В этих сигаретах используются новые технологии. Они призваны уменьшить сухость во рту и запах дыма на одежде и руках. В этом магазине вы можете купить Kent Nano по цене xxx руб. (цена в торговой точке).

- Kent KS. Сейчас в основной линейке сигарет Kent используются новые технологии. Они призваны уменьшить сухость во рту и запах дыма на одежде и руках. Потребители признают Kent наиболее приятным по вкусу среди сигарет регулярного формата. И более миллиона людей в России покупают сигареты этой марки. Вы можете купить обновленный Kent сейчас в этом магазине.

- Rothmans international. Представляю вам новинку Rothmans international с добавлением табаков двойной выдержки! Лучшие табаки сорта Вирджиния тщательно отбираются и выдерживаются вдвое дольше обычного. Благодаря этому табак приобретает карамельные оттенки и благородный вкус. Уровень смолы в дыме этих сигарет средний – шесть миллиграмм. Вы можете купить Rothmans international по цене не выше xxx руб. (МРЦ).

- Royals Berry-KS+Demi. По цене xx руб. есть новые сигареты Ротманс Роялс с ягодной капсулой и фильтром премиум+, который сохраняет форму во время курения. Если потребителю не интересен Роялс Берри. В таком случае есть версии... в классическом и компактном формате. Ротманс Роялс – Отборные табаки и фильтр мундштук по цене от xx рублей. (цена в торговой точке).

- Royals Nanokings. По схожей цене есть сигареты Ротманс Роялс Нанокингз – это отборные табаки сигарет Ротманс в компактном формате. Цена в этой торговой точке xx рублей (цена в торговой точке).

- Rothmans Аэро Блю (с 2 капсулами). Лидер продаж сигарет с капсулами Rothmans выпустил новинку с двумя вкусами в одной пачке. Впервые вы можете активировать ананасовую капсулу, а также сочетать ее с привычной ягодной. Купить новый Ротманс Аэро Блю можно по цене не выше 100 руб.

- Rothmans Деми. Представляю вам новый Rothmans Demi с добавлением табаков двойной выдержки. Лучшие табаки сорта Вирджиния тщательно отбираются и дополнительно выдерживаются при высокой температуре. Благодаря этому табак приобретает карамельные оттенки и благородный вкус. Вы можете купить обновленные Rothmans Demi по цене не выше xxx рублей (МРЦ).

- Vogue Юник. Юник – это новое предложение от марки Vogue по разумной МРЦ xx руб. Сигареты с оригинальной фруктовой капсулой. *нажмите на капсулу* Нажимая на капсулу, вы дополняете сбалансированный табачный вкус новыми фруктовыми оттенками.

- Ява Белое Золото 78/83 руб. Сейчас в магазинах доступна Ява Белое Золото. Классическая по цене не выше 78 рублей. В этих сигаретах сочетаются традиционный вкус и высокие стандарты марки Ява, а это более 60 ступеней контроля качества. А еще в линейке Явы Белое Золото есть оригинальная версия по разумной МРЦ. О наличии данных сигарет вы можете уточнить у продавца.

- Ява Белое Золото оба по 83 руб. Сейчас в магазинах доступны сигареты Ява Белое Золото в двух версиях: Классическая и Оригинальная – по цене не выше 83 рублей. В этих сигаретах сочетаются традиционный вкус и высокие стандарты марки Ява, а это более 60 ступеней контроля качества. О наличии данных сигарет вы можете уточнить у продавца».

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, под рекламой понимается информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В соответствии с письмом ФАС России № АД/45557/18 от 20.06.2018 под неопределённым кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования.

Таким образом, под рекламой понимается определенная неперсонифицированная информация, направленная на продвижение объекта рекламирования, в том числе если она направляется по конкретному адресному списку.

При этом реклама может иметь целевую аудиторию, к которой относятся некие лица, для которых в первую очередь предназначена такая информация. Однако направленность рекламы на неопределённый круг лиц оценивается исходя из выбранного способа и средства распространения рекламы, а также содержания самой рекламной информации. Если рекламная информация представляет интерес и доступна также и иным лицам, не только входящим в ее

целевую аудиторию, то направленность такой рекламы выходит за пределы целевой аудитории и относится к неопределенному кругу лиц.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, объект рекламирования - 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, квалификация информации как рекламы либо иного рода информации зависит от совокупности направленности и содержания сути сведений, приведенных в такой информации.

Если информация отвечает признакам рекламы и имея некую целевую аудиторию (например, прохожие определенной территории), формирует интерес у неопределенного круга лиц, соответственно, выходит за пределы своей целевой аудитории, такая информация является рекламой и подпадает под регулирование Федерального закона "О рекламе".

Как разъяснил Пленум Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации в пункте 16 информационного письма от 25.12.1998 № 37, информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Рассматриваемая реклама распространялась гр. в киоске сети «Т» по адресу: г. Пенза и была доступна неопределенному кругу лиц.

Таким образом, установлено, что место и способ распространения рассматриваемой рекламы является общедоступным для неопределенного круга лиц.

Объектом рекламирования в рассматриваемой рекламе является табачная продукция British American Tobacco, а именно сигареты - Kent Nano Микс Амбер, Kent Nano, Kent KS, Rothmans international, Royals Berry-KS+Demi, Royals Nanokings, Rothmans Аэро Блю, Rothmans Деми, Vogue Юник, Ява Белое Золото.

Резюмируя изложенное, рассматриваемая информация распространялась неопределенному кругу лиц, исходя из способа распространения и содержания, направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования (табачной продукции British American Tobacco, а именно сигареты - Kent Nano Микс Амбер, Kent Nano, Kent KS, Rothmans international, Royals Berry-KS+Demi, Royals Nanokings, Rothmans Аэро Блю, Rothmans Деми, Vogue Юник, Ява Белое Золото), а следовательно является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе».

Пунктом 8 статьи 7 Закона о рекламе установлено, что не допускается реклама табака, табачной продукции, табачных изделий и курительных принадлежностей, в том числе трубок, кальянов, сигаретной бумаги, зажигалок.

Согласно части 4 статьи 2 Закона о рекламе специальные требования и ограничения, установленные Законом о рекламе в отношении рекламы

отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого Законом о рекламе установлены специальные требования и ограничения.

Таким образом, Законом о рекламе установлен прямой запрет на привлечение внимания потребителей к определенному объекту рекламирования – товарам для курения, так и непосредственно к продавцу таких товаров.

Указанный запрет введен в Закон о рекламе Федеральным законом от 21.10.2013 № 274-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях и Федеральный закон «О рекламе» в связи с принятием Федерального закона «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» (далее – Закон о внесении изменений).

Согласно пояснительной записке к проекту Закона о внесении изменений данный проект подготовлен в целях установления административной ответственности за нарушение норм и правил, предусмотренных Федеральным законом «Об охране здоровья населения от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака», направленным на совершенствование законодательства в сфере охраны здоровья населения от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака с учетом положений Рамочной конвенции Всемирной организации здравоохранения по борьбе против табака для совершенствования обеспечения охраны таких основополагающих прав граждан, как право на охрану здоровья и право на благоприятную окружающую среду (статьи 41 и 42 Конституции Российской Федерации).

Таким образом, установленный запрет направлен на пресечение распространения рекламы товаров, прямо или косвенно относящихся к потреблению табака, а равно направлен на ограждение неопределенного круга лиц-потребителей рекламы от рекламы продукции, которая вредит их здоровью.

Согласно части 1 статьи 16 Федерального закона от 23.02.2013 № 15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» в целях сокращения спроса на табак и табачные изделия запрещается реклама и стимулирование продажи табака, табачной продукции и (или) потребления табака.

Таким образом, Российское законодательство не допускает распространение рекламы табака, табачной продукции, табачных изделий и курительных принадлежностей, в том числе трубок, кальянов, сигарной бумаги, зажигалок любым способом.

В настоящем случае установлено, что рассматриваемая реклама, распространяемая в киоске сети «Т» по адресу: г. Пенза была направлена на привлечение внимания, формирование или поддержание интереса и продвижение рекламы табачной продукции British American Tobacco, а именно сигарет - Kent Nano Микс Амбер, Kent Nano, Kent KS, Rothmans international, Royals Berry-KS+Demi, Royals Nanokings, Rothmans Аэро Блю, Rothmans Деми, Vogue Юник, Ява Белое Золото.

На основании вышеизложенного Комиссия Пензенского УФАС России пришла к выводу о наличии в рекламе табачной продукции British American Tobacco, а именно сигарет - Kent Nano Микс Амбер, Kent Nano, Kent KS, Rothmans international, Royals Berry-KS+Demi, Royals Nanokings, Rothmans Аэро Блю, Rothmans Деми, Vogue Юник, Ява Белое Золото, распространяемой в киоске сети «Точка» по адресу: г. Пенза, ул. Октябрьская, д. 6, факта нарушения пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе.

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

Ответственность за нарушение пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе, в соответствии с частями 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе несет как рекламодатель, так и рекламораспространитель.

Согласно пункту 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Как установлено выше, рассматриваемая реклама распространялась гр. И. в киоске сети «Т» по адресу: г. Пенза, на основании договора об оказании услуг от 01.09.2018, заключенного с ООО «».

Предметом указанного договора (пункт 1.1) является оказание услуги по проведению маркетинговых исследований в виде опросов и/или консультаций, направленных на информирование совершеннолетних потребителей о характеристиках и потребительских свойствах табачной продукции British American Tobacco.

В соответствии с пунктом 2.1.6 указанного Договора гр-н И. (Исполнитель) обязан при оказании услуг соблюдать требования законодательства РФ; соглашений, регулирующих или затрагивающих подобную деятельность.

Таким образом, в данном случае, рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является гр. И.

Действия И. были квалифицированы Комиссией Пензенского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, как нарушение требований пункта 8 статьи 7 ФЗ «О рекламе», а распространяемая реклама признана ненадлежащей.

На основании части 4 статьи 14.3.1 Кодекса об административных

правонарушениях Российской Федерации (далее – КоАП РФ) нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем и рекламораспространителем запрета рекламы табака, табачной продукции, табачных изделий или курительных принадлежностей - влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от трех тысяч до четырех тысяч рублей; на должностных лиц – от десяти тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста пятидесяти тысяч рублей до шестисот тысяч рублей.

место совершения административного правонарушения: г. Пенза.

время совершения административного правонарушения: сентябрь 2018 года.

Таким образом, в действиях И., содержится состав административного правонарушения, ответственность за которое наступает по части 4 статьи 14.3.1 КоАП РФ.

Согласно статье 2.9 КоАП РФ при малозначительности совершенного административного правонарушения судья, орган, должностное лицо, уполномоченные решить дело об административном правонарушении, могут освободить лицо, совершившее административное правонарушение, от административной ответственности и ограничиться устным замечанием. Малозначительным административным правонарушением является действие или бездействие, хотя формально и содержащее признаки состава административного правонарушения, но с учетом характера совершенного правонарушения и роли правонарушителя, размера вреда и тяжести наступивших последствий не представляющее существенного нарушения охраняемых общественных правонарушений.

Исходя из конкретных обстоятельств дела и учитывая характер общественных отношений, на которые посягает нарушитель, прихожу к выводу об отсутствии оснований для признания допущенного административного правонарушения малозначительным и освобождения И. от административной ответственности.

В соответствии 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 малозначительного 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, добровольное устранение последствий правонарушения, возмещение причиненного ущерба не являются обстоятельствами, свидетельствующим о малозначительности правонарушения.

Совершенное И. правонарушение не является малозначительным, поскольку посягает на установленные нормативными правовыми актами гарантии на защиту потребителей от ненадлежащей рекламы. По указанному правонарушению существенная угроза охраняемым

общественным отношениям заключается не в наступлении каких-либо негативных материальных последствий, а в пренебрежительном отношении заявителя к исполнению своих публично-правовых обязанностей.

в рассматриваемом случае И. при отсутствии чрезвычайных и непредотвратимых обстоятельств со своей стороны не принял все зависящие от него меры по исполнению требований действующего законодательства о рекламе и недопущению совершения административного правонарушения.

Состав в действиях И. состава правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 4 статьи 14.3.1 КоАП РФ, в полной мере доказано и подтверждено материалами дела.

Кроме того, состав административного правонарушения, предусмотренного частью 4 статьи 14.3.1 КоАП РФ, является формальным, следовательно, правонарушение является общественно-опасным с момента его совершения независимо от наступления каких-либо вредных последствий.

Статьей 4.2 КоАП РФ установлены обстоятельства, смягчающие административную ответственность, перечень которых не является исчерпывающим.

Исходя из совокупности обстоятельств дела, считаю возможным в качестве смягчающих обстоятельств по делу учесть раскаяние лица, привлекаемого к административной ответственности, а также совершение действий по устранению нарушения.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, предусмотренных статьей 4.3 КоАП РФ, при рассмотрении дела не установлено.

Статья 51 Конституции Российской Федерации:

1. Никто не обязан свидетельствовать против себя самого, своего супруга и близких родственников, круг которых определяется федеральным законом.
2. Федеральным законом могут устанавливаться иные случаи освобождения от обязанности давать свидетельские показания.

В соответствии с частью 1 статьи 25.1 КоАП РФ 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.

Руководствуясь статьями 23.48, 29.9, 29.10, 4.1 и частью 4 статьи 14.3.1 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать И. виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 4 статьи 14.3.1 КоАП РФ, и назначить ему наказание в виде административного штрафа в размере 3 000 (три тысячи) рублей 00 копеек.