

# ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 13 р-15/90-14

о прекращении производства по делу  
об административном правонарушении

«13» апреля 2015 г.

г. Киров

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области <><><>, рассмотрев протокол № 13 р-15/90-14 от 13.03.2015 г., составленный главным специалистом-экспертом отдела финансовых рынков и рекламы Кировского УФАС России <><> в отношении ОАО «Вятич» <><>, место и время совершения административного правонарушения: нарушение рекламного законодательства при распространении в бесплатной газете «Округа+» от 13.09.2014 г. № 37 (217) на 4 странице рекламного модуля алкогольной продукции ОАО «Вятич» (пива) следующего содержания «Я нашел тебя, Люся!», сопровождаемого изображением девушки, а также надписью: «Чрезмерное употребление алкогольной продукции вредит вашему здоровью», 13.09.2014 года на территории города Кирово-Чепецка, с нарушением [п. 6 ч. 1 ст. 21](#) Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 года (далее – Федеральный закон «О рекламе»),

## УСТАНОВИЛ:

Решением Комиссии Кировского УФАС России по делу № 90-14 был установлен факт нарушения ОАО «Вятич» [п. 6 ч. 1 ст. 21](#) Федерального закона «О рекламе», выразившийся в определении объекта рекламирования и содержания рекламы алкогольной продукции (пива) в газете «Округа+» от 13.09.2014 г. № 37 (217) следующего содержания: «Я нашел тебя, Люся!.....», в которой использованы образы людей, а именно: образ девушки Люси.

Нарушение заключается в следующем.

В Кировское УФАС России поступило обращение физического лица по поводу распространения рекламы пива в рекламно-информационном издании газете «Округа+» на 4 странице от 13.09.2014 г. № 37 (217). Заявитель считает, что вышеуказанная реклама содержит признаки нарушения рекламного законодательства.

Согласно ст. 3 Федерального закона «О рекламе», рекламой является информация, распространяемая 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. Под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, 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. Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация, размещенная в газете «Округа+» от 13.09.2014 г. № 37 (217) под названием «Я нашел тебя, Люся!», адресована неопределенному кругу лиц, так как распространена в бесплатной рекламной газете, являющейся общедоступной, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – ОАО «Вятич» и производимой им продукции (пива), способствует формированию интереса к рекламируемому товару и его продвижению на рынке, и по своему содержанию является рекламой.

Согласно пункту 6 части 1 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции, в том числе пива, не должна использовать образы людей и животных, в том числе выполненные с помощью мультипликации (анимации).

В ходе рассмотрения дела установлено, что ОАО «Вятич» является не только рекламодателем спорной рекламы, определившим объект рекламирования (в данном случае пива) и содержание рекламы, но и продавцом вышеуказанного товара, являющегося объектом рекламирования в статье под названием «Я нашел тебя, Люся!», размещенной в газете «Округа+» от 13.09.2014 г. № 37 (217).

Таким образом, информация, размещенная в газете «Округа+» от 13.09.2014 г. № 37 (217) под названием «Я нашел тебя, Люся!», с использованием образов людей, а именно: изображения девушки, является ненадлежащей и, соответственно, нарушает требования [п. 6 ч. 1 ст. 21](#) Федерального закона «О рекламе».

Ответственность за нарушение требований [п. 6 ч. 1 ст. 21](#) Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель (изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо).

Рекламодателем информации, определившим содержание рекламы в статье «Я нашел тебя, Люся!» газеты «Округа+» от 13.09.2014 г. № 37 (217), с использованием образов людей, а именно: образа девушки Люси, является ОАО «Вятич», поэтому нарушение рекламного законодательства произошло по его вине.

Согласно ч. 1 ст. 4.5 Кодекса РФ об административных правонарушениях срок давности привлечения к административной ответственности за нарушение рекламного законодательства составляет один год со дня совершения административного правонарушения.

Срок давности привлечения лица к административной ответственности исчисляется с 13.09.2014г.

Согласно ст. 2.10 Кодекса РФ об административных правонарушениях юридические лица подлежат административной ответственности за совершение административных правонарушений в случаях, предусмотренных статьями [раздела II](#) настоящего Кодекса или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях. генеральный директор ОАО «Вятич» <<> определил содержание рекламы в статье «Я нашел тебя, Люся!...», газеты «Округа+» от 13.09.2014 г. № 37 (217), которая нарушает [п. 6 ч. 1 ст. 21](#)

Федерального закона «О рекламе».

О дате, месте и времени рассмотрения протокола генеральный директор ОАО «Вятич» <><>. уведомлен, ходатайств об отложении не заявлял.

Протокол составлен в отсутствие генерального директора ОАО «Вятич» <>

При рассмотрении протокола присутствовала представитель по доверенности <> <> от 07.04.2014 г., которая просила признать нарушение малозначительным.

В ходе рассмотрения дела были исследованы все обстоятельства совершенного нарушения рекламного законодательства. Факты, изложенные в протоколе об административном правонарушении, подтверждаются в полном объеме материалами дела № 90-14.

В соответствии со ст. 2.1 Кодекса РФ об административных правонарушениях административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое настоящим Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Объектом административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях, являются общественные отношения, охраняемые законодательством РФ о рекламе.

Объективная сторона административного правонарушения – действия генерального директора ОАО «Вятич» <><><> по определению содержания рекламы распространенной посредством газеты «Округа+» от 13.09.2014 г. № 37 (217), рекламной информации алкогольной продукции с использованием образов людей, а именно: образа девушки Люси, что привело к нарушению [п. 6 ч. 1 ст. 21](#) Федерального закона «О рекламе».

Субъектом административного правонарушения является юридическое лицо ОАО «Вятич».

Субъективная сторона административного правонарушения – вина генерального директора ОАО «Вятич» <> в форме неосторожности, выраженная в пренебрежительном отношении к требованиям законодательства РФ о рекламе.

На основании ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 4 настоящей статьи, 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.

Совершенные ОАО «Вятич» действия по определению содержания рекламы в газете «Округа+» от 13.09.2014 г. № 37 (217) рекламы алкогольной продукции содержат состав административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

В соответствии с ч. 1 ст. 4.5 Кодекса РФ об административных правонарушениях срок давности привлечения к административной ответственности составляет один год с момента совершения.

Малозначительность устанавливается применительно к обстоятельствам конкретного совершенного лицом деяния.

В данном случае на основании статьи 2.9 Кодекса об административных правонарушениях Российской Федерации 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.

Решая вопрос о виде и размере административного наказания, заместителем руководителя Кировского УФАС России учтен характер совершенного правонарушения, его длительность, форму вины лица, привлеченного к административной ответственности, отягчающие и смягчающие административную ответственность обстоятельства.

В соответствии со ст. 4.2 КоАП РФ в качестве смягчающих обстоятельств установлено добровольное прекращение противоправного поведения, оказание лицом содействия органу, уполномоченному осуществлять производство по делу об административном правонарушении, в установлении обстоятельств, подлежащих установлению по делу об административном правонарушении, совершение административного правонарушения впервые.

В соответствии со ст. 4.3 КоАП РФ отягчающих вину обстоятельств не установлено.

Руководствуясь статьями 3, 21 ФЗ «О рекламе», статьями 2.9, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

#### П О С Т А Н О В И Л:

1. Производство по делу об административном правонарушении в отношении ОАО «Вятич» прекратить.
2. Объявить ОАО «Вятич» устное замечание.

Заместитель руководителя управления

<><>

