

Постановление о наложении штрафа по делу
об административном правонарушении № 06-03-А-11/02
06 апреля 2011 года г. Мурманск

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области Чеченина Светлана Адольфовна, действующая на основании статьи 23.48 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее КоАП РФ), пункта 7 части 2 статьи 33 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.06 № 38-ФЗ (далее Закон о рекламе), рассмотрев материалы дела в отсутствие представителя прокуратуры г. Мончегорска и в отсутствие индивидуального предпринимателя <М...>, полученные в результате проверки, проведенной 05 марта 2011 года прокуратурой г. Мончегорска, УСТАНОВИЛ:

<М...> на рассмотрение не явился, в деле имеется ходатайство предпринимателя о рассмотрении дела в его отсутствие в связи с занятостью на работе (вх. от 28.03.2011 г.).

Прокуратура г. Мончегорска о рассмотрении дела № 06-03-А-11/02 в отношении <М...> уведомлена должным образом (почтовое отправление № 18301636643807 вручено 21.03.2011 г.), на рассмотрении не присутствовала.

Из материалов дела следует, что 18.02.2011 г. в адрес прокуратуры г. Мончегорска поступило заявление от <М.С...> по факту размещения на стене здания в г. Мончегорске по ул. Кондрикова, д.20 рекламного щита с изображением пива с нарушениями рекламного законодательства.

05 марта 2011 года прокуратурой г. Мончегорска была проведена проверка соблюдения требований законодательства о рекламе в деятельности индивидуального предпринимателя <М...> (магазин «Пиво на розлив» расположен по адресу: г. Мончегорск, Кондрикова, 20 в г. Мончегорске Мурманской области). В ходе проверки Мончегорской прокуратурой был выявлен факт размещения на здании, расположенном в г. Мончегорске, ул. Кондрикова, д.20 рекламного плаката пива с изображением девушки, держащей в руках кружки с пивом и лозунгом «живое пиво на розлив» (в материалах дела имеется фото таблица).

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. Объектом рекламирования является пиво, реализуемое в розлив в магазине «Пиво на розлив», принадлежащем индивидуальному предпринимателю <М...>.

Согласно пункту 6 части 1 статьи 22 Закона, реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, не должна использовать образы людей и животных, в том числе выполненные с помощью мультипликации (анимации). В соответствии с частью 3 статьи 22 Закона о рекламе реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде чрезмерного потребления пива и напитков, изготавливаемых на его основе. В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд и такому предупреждению должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

Согласно письму ФАС России № АК/34210 от 01.10.2009 запрет, содержащийся в

пункте 6 части 1 статьи 22 федерального закона «О рекламе», касается не только визуального образа человека, но любых визуальных, звуковых и иных средств, формирующих образ человека или животного в сознании потребителя рекламы. Визуальным использованием образов людей и животных является изображение существ (включая вымышленных) в рекламе, в том числе, демонстрация частей тела, силуэтов, способами графики, живописи, анимации, фотографии и другими. Образ – форма отражения в сознании объекта материального мира.

В данном случае у потребителя рекламы формируется впечатление присутствие человека - образ девушки в национальном баварском костюме, разносящей пенящееся пиво в бокалах.

Рекламный плакат принадлежит <М...>, зарегистрированному, согласно выписке из ЕГРИП от 07.09.2010г., в качестве индивидуального предпринимателя под № 308510715400022.

Из объяснений ИП <М...> следует, что по адресу г. Мончегорск, ул. Кондрикова, 20 в собственности <М...> находится магазин «Пиво на разлив».

Индивидуальный предприниматель разместил на стене магазина рекламный плакат пива. На плакате имеется надпись «Живое пиво на розлив» и изображена девушка, держащая в руках бокалы с желтой пенящейся жидкостью.

Рекламный плакат <М...> заказывал лично, но без заключения договора с дизайнерским агентством.

С рекламным законодательством <М...> не знаком, и о предъявляемых к рекламе пива требованиях не знает.

<М...> признает свою вину и обязуется изменить рекламный плакат в соответствии с требованиями Закона о рекламе.

Таким образом, в нарушение пункте 6 части 1 статьи 22 и части 3 статьи 22 Закона о рекламе, ИП <М...>, являясь владельцем магазина «Живое пиво на розлив», расположенного г. Мончегорск, ул. Кондрикова, д.20, разместил 05 марта 2011 года на стене указанного здания рекламный плакат пива с использованием образа человека и без предупредительной надписи о вреде чрезмерного потребления пива и напитков на его основе.

Указанное нарушение подтверждается приложенной фототаблицей и объяснением <М...>, который не отрицает факт нарушения Закона о рекламе.

Исходя из изложенного, в рекламе нарушены требования, установленные законодательством Российской Федерации, и в соответствии со статьей 3 Закона, реклама является ненадлежащей.

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе:

рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо;

рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В соответствии с частью 6 и 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение пункта 6 части 1 статьи 22 Закона возложена на рекламодателя, за нарушение части 3 статьи 22 Закона возложена на рекламораспространителя.

Рекламодателем и рекламораспространителем является индивидуальный предприниматель <М...>. о чем свидетельствует письменное объяснение <М...>.

<М...> при имеющейся возможности соблюдения Закона о рекламе, не принял все зависящие от него меры и допустил распространение рекламы пива с использованием образа человека и без предупредительной надписи о вреде чрезмерного потребления пива и напитков на его основе.

Таким образом, установлено, что <М...> совершил административное правонарушение, предусмотренное частью 1 статьи 14.3 КоАП.

Согласно статье 1 Закона о рекламе целями настоящего Федерального закона являются предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

В соответствии с Большой советской энциклопедией, пиво - это ароматный пенный слабоалкогольный напиток с хмелевой горечью, изготавливается спиртовым брожением сусла из ячменного солода, хмеля и воды.

Из положений Федерального закона от 07 марта 2005 года N 11-ФЗ "Об ограничении розничной продажи и потребления (распития) пива и напитков, изготавливаемых на его основе" следует, что пиво содержит этилового спирта более 0,5 процента объема готовой продукции.

Пиво, напитки на его основе являются одними из самых распространенных продуктов. Это широко потребляемый товар, которым переполнены прилавки магазинов и витрины ларьков, кафе, бары, рестораны и т.п. Соответственно, рекламодатели и рекламодателем в условиях большой конкуренции используют всевозможные механизмы для продвижения пива.

Одной из причин возникновения интереса к пиву и напиткам, изготавливаемым на его основе, является навязчивая реклама пива, которая привлекает особенно тех, кто его еще никогда не пробовал.

Каждый год количество пристрастившихся к пиву, в том числе подростков увеличивается в несколько раз.

Процветание молодежного злоупотребления спиртосодержащими напитками вредит не только населению, но и государству.

Фактические обстоятельства дела, а именно пункт 6 части 1 статьи 22 и часть 3 статьи 22 Закон о рекламе направлены на охрану здоровья населения Российской Федерации, на реализацию положений Конституции Российской Федерации. Вышеназванные нормы Закона о рекламе введены в связи с тем, что политика любого цивилизованного государства должна быть направлена на сохранение и укрепление физического и психического здоровья каждого человека, поддержание его долголетней активной жизни, предоставление ему медицинской помощи в случае утраты здоровья.

Поэтому при рекламировании пива необходимым условием и требованием является наличие предупреждения о вреде чрезмерного потребления пива и напитков, изготавливаемых на его основе.

Санкцией за данное административное правонарушение является 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 КоАП РФ совершившие административные правонарушения в связи с выполнением организационно-распорядительных или административно-хозяйственных функций руководители и другие работники иных организаций, а также лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, несут административную ответственность как должностные лица.

При рассмотрении настоящего дела у ИП <М...> установлено наличие следующих обстоятельств, смягчающих административную ответственность, предусмотренных статьей 4.2 КоАП РФ: правонарушение совершено впервые, индивидуальный предприниматель признал вину и обязался устранить нарушения в кратчайшие сроки.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, предусмотренных статьей 4.3 КоАП, не установлено.

При назначении административного наказания учтены фактические

обстоятельства дела, наличие смягчающих и отсутствие отягчающих ответственность обстоятельств.

На основании вышеизложенного, учитывая характер совершенного правонарушения, руководствуясь статьями 4.2, 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ, ПОСТАНОВИЛ:

За нарушение пункта 6 части 1 статьи 22 и части 3 статьи 22 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с частью 1 статьей 14.3 КоАП РФ на <М...> штраф в размере 8 000 (восемь тысяч) рублей. Сумму штрафа надлежит уплатить в соответствующий бюджет:

Получатель УФК по Мурманской области (Мурманское УФАС России)
ИНН/КПП 5191501854/519001001. Расчетный счет 40101810000000010005 в ГРКЦ ГУ Банка России по Мурманской обл. г. Мурманск. БИК 044705001. Код ОКATO 47401000000. Код платежа 16111626000010000140 «Денежные взыскания (штрафы) за нарушение законодательства о рекламе».

В соответствии с частью 1 статьи 32.2 КоАП РФ штраф должен быть уплачен не позднее 30 дней со дня вступления постановления о наложении штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 КоАП РФ.

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП РФ неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного штрафа.

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 31.1 КоАП РФ 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.

Заместитель руководителя управления С. А. Чеченина