

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания по делу №06-09/93-11
24 марта 2011г.

г.Томск

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Томской области - начальник отдела контроля монополистической деятельности Бутенко Игорь Васильевич, рассмотрев протокол от 22.03.2011г. и материалы дела №06-09/93-11 об административном правонарушении, предусмотренном ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, возбужденного в отношении Общества ограниченной ответственностью «Пресса», юридический адрес: 634041,г. Томск, ул. Усова, 23а,16, место нахождения: 634009, г.Томск, ул. Карла Маркса, 48/1, ОГРН 1107017021869, ИНН 7017275045, в присутствии законного представителя ООО «Пресса» К. (директора, действующего на основании Устава),

УСТАНОВИЛ:

В ходе осуществления полномочий по контролю за соблюдением законодательства о рекламе печатными СМИ, сотрудниками отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и адвокатирования были выявлены признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, которые выразились в следующем.

В газете «Томская неделя» №3 (963) от 24 декабря 2010г. на странице 24 (последняя полоса) размещена рекламная статья под заголовком «Водки, как и денег, много не бывает». В указанной статье повествуется о том, что алкоголь является одним из приятнейших способов расслабиться, раскрепоститься и развеселиться, указывается на разнообразии алкогольной продукции, а также привлекается внимание к Заводу пищевых продуктов «Томский», алкогольной продукции выпускаемой Заводом, ее конкретным маркам, получившим награды на российских и российских и международных конкурсах, в том числе, водке «Старый Томск», «Традиции Сибири», настойке «Амбаровая Черносливовая», водке «ELITE of Russia», «Мисс Томичка» и др. Указанная статья сопровождается пометкой реклама, а также предупреждением: «Минздрав предупреждает. Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью».

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе», Закон) 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.

Рассматриваемая информация обладает перечисленными признаками, следовательно, является рекламой.

Согласно п.7 ст.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 этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции, с содержанием этилового спирта более 1,5 процента объема готовой продукции. Алкогольная продукция подразделяется на такие виды, как питьевой этиловый спирт, спиртные напитки (в том числе водка), вино (в том числе натуральное вино).

Объектами рекламирования в указанной рекламе выступают Завод пищевых продуктов «Томский», алкогольная продукция, в частности, различные марки водки («Старый Томск», «Традиции Сибири», «ELITE of Russia», «Мисс Томичка» и др.), наливки («Амбарная Вишневая»), настои («Амбарная Черносливовая», «Амбарная Клюквенная», «Амбарная на меду с перцем») и др.

ООО «Традиции Империи» имеет лицензию А 608847 регистрационный номер <...> от 02.02.2011г. на осуществление следующего вида деятельности: закупка, хранение и поставка алкогольной продукции.

Согласно п.1 ч.1 ст.21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна содержать утверждение о том, что употребление алкогольной продукции имеет важное значение для достижения общественного признания, профессионального, спортивного или личного успеха либо способствует улучшению физического или эмоционального состояния.

Согласно п.1 ч.2 ст.21 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться на первой и последней полосах газет, а также на первой и последней страницах и обложках журналов.

Реклама алкогольной продукции в форме рекламной статьи «Водки, как и денег, много не бывает», размещена на последней странице газеты «Томская неделя», из содержания рекламы следует, что

алкогольная продукция является приятным способом расслабиться и развеселиться, способствует улучшению эмоционального состояния, что свидетельствует о нарушении требований п.1 ч.1 ст.21, п.1 ч.2 ст.21 Федерального закона «О рекламе».

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

По данному факту Томским УФАС России было возбуждено производство по делу №06-11/09-11 по признакам нарушения законодательства о рекламе в отношении ООО «Пресса» и ООО «Традиции Империи». Решением Комиссии Томского УФАС России указанная реклама признана ненадлежащей.

Согласно части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований п.1 ч.1 ст.21 и п.1 ч.2 ст.21 вышеуказанного Закона несет рекламодатель.

Газета «Томская неделя» зарегистрирована в качестве средства массовой информации, регистрационный номер ПИ № ТУ 70-00168 от 09 ноября 2010г. Издателем газеты «Томская неделя» является ООО «Пресса» (634041, Томская обл, Томск г, Усова ул, 23 а, 16).

Рекламодателем, т.е. лицом, осуществляющим распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (пункт 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе»), рассматриваемой рекламы является общество ограниченной ответственностью «Пресса» (634041, Томская обл, Томск г, Усова ул, 23 а, 16, ОГРН 1107017021869, ИНН 7017275045), что подтверждается решением Комиссии Томского УФАС России по делу 06-11/09-11, ответом ООО «Пресса» (вх.553 от 04.02.2011г.), устными пояснениями представителей ООО «Традиции Империи» и ООО «Пресса» (протоколы заседания Комиссии от 25.02.2011г., 04.03.2011г.), отзывом ООО «Традиции Империи» от 04.03.2011г., платежными документами (счет №18 от 24.12.2010г., платежное поручение №220 от 24.01.2010г.).

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях за нарушение законодательства о рекламе рекламодатель, рекламопроизводитель или рекламодатель несут административную ответственность.

В связи с вышеуказанным 22.03.2011г. в отношении общества с ограниченной ответственностью «Пресса» составлен протокол об административном правонарушении, возбуждено административное дело №06-09/93-11 по ч.1 ст.14.3 КоАП РФ за нарушение законодательства о рекламе.

При рассмотрении дела об административном правонарушении законный представитель ООО «Пресса» К. указал, что свою вину Общество признает, подтвердил вышеизложенные обстоятельства дела и ходатайствовал о признании правонарушения малозначительным.

Заместитель руководителя Томского УФАС России, рассмотрев материалы дела и оценив собранные по делу доказательства, считает их достаточными и находит вину ООО «Пресса» доказанной, а действия общества верно квалифицированными по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях. При этом общество нарушило требования п.1 ч.1 ст.21 и п.1 ч.2 ст.21 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

В соответствии со статьей 1.5 Кодекса РФ об административных правонарушениях лицо подлежит административной ответственности только за те административные правонарушения, в отношении которых установлена его вина.

Согласно статьи 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.

Объективная сторона названного административного правонарушения выразилась в нарушении ООО «Пресса» законодательства о рекламе, а именно п.1 ч.1 ст.21 и п.1 ч.2 ст.21 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

ООО «Пресса» является рекламодателем рассматриваемой рекламы и, выступая субъектом общественных отношений, а также осуществляя деятельность, подпадающую под регулирование Федерального закона «О рекламе», будучи обязанным выполнять установленные данным законом требования к размещаемой рекламе, тем не менее, при наличии возможности не нарушать требования законодательства о рекламе, не приняло всех необходимых и достаточных мер для соблюдения установленных требований и допустило размещение рекламы не соответствующей требованиям законодательства.

Доказательства принятия ООО «Пресса» своевременно всех зависящих от него мер по соблюдению требований Федерального закона «О рекламе» или наличия обстоятельств, объективно препятствовавших этому, в материалах административного дела 06-09/93-11 отсутствуют.

Решая вопрос о виде и размере административного наказания, заместитель руководителя

Томского УФАС России учитывает характер совершенного правонарушения, отягчающие и смягчающие обстоятельства.

Рассматриваемое правонарушение не может быть квалифицировано как малозначительное. В соответствии с п.п. 18, 18.1 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 02.06.2004 № 10 (в редакции от 20.11.2008) 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.

Квалификация правонарушения как малозначительного может иметь место только в исключительных случаях и производится с учетом положений пункта 18 настоящего Постановления применительно к обстоятельствам конкретного совершенного лицом деяния. При этом применение положений о малозначительности должно быть мотивировано.

Совершенное ООО «Пресса» правонарушение не является малозначительным, так как имело место распространение ненадлежащей рекламы алкогольной продукции. Несоблюдение установленных требований к рекламе указанных товаров обладает высокой степенью общественной опасности, поскольку может нанести вред здоровью граждан. При этом информация, распространенная в рассматриваемой рекламной статье «Водки, как и денег, много не бывает» влияет или может влиять на мотивацию потребителя при выборе товара и побуждает его совершить определенные действия в отношении объектов рекламирования, направленные на приобретение алкогольной продукции, создавая впечатление, что употребление алкогольной продукции является одним из приятнейших способов расслабиться, раскрепоститься и развеселиться, способствует улучшению эмоционального состояния. Несоответствие рекламы требованиям законодательства о рекламе нарушает права и законные интересы потребителей рекламы, которыми могут являться и несовершеннолетние, представляет собой существенную угрозу общественным отношениям, здоровью и физическому состоянию граждан. С учетом этого и конкретных обстоятельств дела данное правонарушение не может быть признано малозначительным.

В соответствии со ст. 4.2 Кодекса РФ об административных правонарушениях, в которой приведен открытый перечень обстоятельств, смягчающих административную ответственность, смягчающим обстоятельством признается совершение административного правонарушения впервые.

В соответствии со ст.4.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях отягчающих обстоятельств по делу не установлено.

В связи с изложенным, представляется возможным назначить административное наказание в пределах минимальной санкции, предусмотренной ч.1 ст.14.3 КоАП РФ.

Руководствуясь ст.ст.23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

Общество с ограниченной ответственностью «Пресса», (634041,г. Томск, ул. Усова, 23а,16, ОГРН 1107017021869, ИНН 7017275045) признать виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, и назначить наказание в виде административного штрафа в размере 100 (ста) тысяч рублей.