

ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 25

о назначении административного наказания по делу № 027/04/14.3-1004/2024

об административном правонарушении

19 июля 2024 года
Хабаровск

г.

ВРИО руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю, рассмотрев протокол об административном правонарушении от 05 июля 2024 года и материалы дела № 027/04/14.3-1004/2024 об административном правонарушении, в отношении индивидуального предпринимателя * (ИНН 272422125393, место регистрации: 680013 г. Хабаровск, ул. Подгаева, д. 8, кв. 22) в связи с распространением ненадлежащей рекламы,

в отсутствие ИП *, надлежащим образом извещенной о дате, месте и времени рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

Хабаровским УФАС России 31 мая 2024 года по результатам выездного обследования установлено размещение рекламы продавца алкогольной продукции на рекламной конструкции по адресу: г. Хабаровск, ул. Запарина, д. 121, фасад магазина «К литру литр» следующего содержания: **«КЛЮЭРИКОН. К литру литр. Свежее, вкусное, тёмное, светлое, лимонад! Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью»**, сопровождаемое изображением Ключэрикона, держащего в левой руке бутылку виски, в правой стакан с виски.

Согласно пункту 1 статьи 3 ФЗ «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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе 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.

В порядке части 4 статьи 2 ФЗ «О рекламе» специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом 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 настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

В соответствии с пунктом 16 Информационного письма ВАС от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Вышеназванная информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к магазину «К литру литр», и к характеристикам напитков, реализуемым в нем, в том числе и пива, следовательно, данная информация является рекламой.

Реклама содержит вкусовые характеристики товара, реализуемого в магазине (в том числе и пива) «**Свежее, вкусное**», ассортимент, разновидность данного товара: «**тёмное, светлое**», предупредительную надпись о вреде алкоголя: «**Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью**».

Кроме того, реклама сопровождается изображением Клюэрикона – небольшого духа или эльфа из ирландской мифологии, который живет в погребе и отвечает за сохранность пива и вина. Клюэрикон выглядит как маленький, неугомонный и вечно пьяный старичок, который обожает копошиться в погребе и искать там сокровища, чтобы это не значило. Он впадает в бешенство, если кто-либо крадет бухло из его погреба, и способен наслать на такого человека проклятье.

Учитывая специфику магазина, имеющего по профилю своей деятельности широкий ассортимент алкогольных напитков, в том числе пива, информация, содержащаяся в рекламе, учитывая комплексное ее содержание, состоящее из текстовой и иллюстрационной информации, ассоциируется именно с возможностью его приобретения.

Для потребителя данное предложение однозначно и непосредственно свидетельствуют о возможности приобретения в данном магазине алкогольной продукции (пива), вне зависимости от того есть ли в рекламе наименование или изображение такой продукции.

Из рекламы не следует, что она относится к какому либо иному товару, который может быть реализован в данном магазине, следовательно, с учетом части 4 статьи 2 ФЗ «О рекламе» реклама продавца алкогольной продукции должна соответствовать требованиям, предъявляемым к рекламе этого товара.

Пунктом 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» установлен запрет на размещение рекламы алкогольной продукции с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.

Согласно части 2.1. названного закона 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 и игристого вина (шампанского), 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.

В соответствии с пунктом 6 части 1 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна использовать образы людей и животных, в том числе выполненные с помощью мультипликации (анимации).

В нарушение данной нормы реклама магазина «К литру литр» содержит образ Ключэрикона.

Следовательно, реклама противоречит пункту 6 части 1, пункту 5 части 2, части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Согласно части 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение пункта 6 части 1 статьи 21 ФЗ «О рекламе» несет рекламодаделец.

На основании части 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 закона несет рекламодатель.

Установлено, что рекламоделем и рекламодателем одновременно, лицом в чьих интересах распространяется реклама, является Индивидуальный предприниматель*.

На основании части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ) нарушение рекламоделем, рекламодателем законодательства о рекламе (ненадлежащая реклама) влечет наложение административного штрафа.

Согласно части 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ 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.

В соответствии с частью 3.5 статьи 4.1, статьи 4.1.1 КоАП РФ административное наказание в виде предупреждения назначается за впервые совершенные административные правонарушения при отсутствии причинения вреда или 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.

Административное правонарушение, совершенное ИП *. не входит в перечень административных правонарушений, указанных в части 2 статьи 4.1.1 КоАП РФ.

Ранее ИП * по статье 14.3 КоАП РФ к ответственности не привлекалась.

Кроме того, в совершенном ИП * правонарушении отсутствует причинение вреда или угроза 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, угроза чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также отсутствует имущественный ущерб.

Учитывая наличие совокупности изложенных выше обстоятельств, руководствуясь частями 1, 2 статьи 3.5, частью 1 статьи 4.1.1, статьями 23.48, 29.9, а также частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛА:

Признать ИП * виновной в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, и назначить ей наказание в виде предупреждения.

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

Согласно статье 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.