

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания по делу
об административном правонарушении № 4-14.3-293/77-15

«13» мая 2015 года г. Москва

Я, <...>, рассмотрев протокол и материалы дела № 4-14.3-293/77-15 об административном правонарушении, возбужденного в отношении ЗАО «Т и К Продукты», в связи с нарушением пункта 8 статьи 7 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившимся в распространении рекламы табачной продукции на прикассовом сигаретном диспенсере в магазине «Магнолия», расположенном по адресу: г. Москва, Большой Факельный переулок, д. 2/22, ответственность за которое предусмотрена частью 4 статьи 14.3.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ), в присутствии представителя по доверенности <...>.

УСТАНОВИЛ:

ЗАО «Т и К Продукты» (юридический адрес: 121357, г. Москва, Можайское шоссе, 3/1, стр. 1) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 17.04.2003 за основным государственным регистрационным номером 1027739277720, ИНН 7731162754, КПП 773101001.

ЗАО «Т и К Продукты» на прикассовом сигаретном диспенсере в магазине «Магнолия», расположенном по адресу: г. Москва, Большой Факельный переулок, д. 2/22, распространило рекламу табачной продукции, а именно сигарет «MARLBORO».

Решением Комиссии Московского УФАС России от 13.03.2015 по делу № 3-7-3/77-15 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в

действиях ЗАО «Т и К Продукты» при распространении рекламы табачной продукции на прикассовом сигаретном диспенсере в магазине «Магнолия», расположенном по адресу: г. Москва, Большой Факельный переулок, д. 2/22, установлен факт нарушения пункта 8 статьи 7 Закон о рекламе.

Согласно пункту 1 статьи 3 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 неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и

1
конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, объект рекламирования — товар, средство 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.

Согласно пункту 3 статьи 3 Закона о рекламе, под товаром понимается

продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

На прикассовом сигаретном диспенсере, представляющем из себя навесную конструкцию над кассой магазина, находящуюся на уровне человеческого роста, с обратной стороны располагалась листовка, на которой была размещена следующая информация: MARLBORO LIGHTS ТЕПЕРЬ MARLBORO GOLD ORIGINAL; производятся в Европе, импортируются в Россию. Также, на указанной рекламе размещены изображения двух пачек сигарет «MARLBORO».

Из имеющихся в деле фотоматериалов очевидно следует, что данная листовка была доступна для обозрения всем посетителям магазина «Магнолия», расположенного по адресу: г. Москва, Большой Факельный переулок, д. 2/22. Указанный факт подтверждается и тем обстоятельством, что заявитель, по обращению которого было возбуждено дело № 3-7-3/77-15, посетитель магазина, смог беспрепятственно сфотографироваться рядом с указанной рекламой.

На указанной листовке размещены изображения двух товаров, категория которых прямо поименована в пункте 8 статьи 7 Закона о рекламе — табачная продукция, а также средства индивидуализации «MARLBORO» (например, товарный знак по свидетельству № 12366), использующиеся как средство индивидуализации табачной продукции.

Кроме того, изображения товаров «MARLBORO», приведенные в листовке, зарегистрированы как отдельные товарные знаки по свидетельствам № 507691, № 432231. Вышепоименованные товарные знаки зарегистрированы для 34 класса МКТУ (сигары, сигареты, папиросы, сигариллы, кретек; фильтры для сигарет).

Согласно пункту 2 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющее своей целью привлечение

2
внимания к объекту рекламирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в названных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака).

В соответствии с частью 4 статьи 2 Закона 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 Законом о рекламе установлены специальные требования и ограничения.

Следовательно, несмотря на наличие надписи небольшого размера внизу листовки «информация для торговых партнеров. не является рекламой», рассматриваемая листовка очевидно привлекает внимание к объекту рекламирования — табачной продукции «MARLBORO» и, в том числе, двум изображенным товарам. Рассматриваемая информация включает в себя рекламный слоган, наличие которого само по себе является общераспространенной характеристикой рекламы.

Таким образом, установлено, что рассматриваемая листовка содержит объект рекламирования (табачную продукцию «MARLBORO», включая средства индивидуализации и изображения товаров), привлекает внимание и интерес к рассматриваемому объекту, вызывает очевидную ассоциацию у потребителя с определенным товаром, реализующимся в магазине «Магнолия». Также стоит отметить, что данная листовка доступна для обозрения неопределенному кругу лиц посетителей магазина «Магнолия», Обществом не проявлено достаточной степени осторожности и осмотрительности для размещения спорной информации таким образом, чтобы она действительно была доступна исключительно должностным лицам магазина.

На основании изложенного, установлен факт распространения ЗАО «Т и К Продукты» рекламы табачной продукции, а именно сигарет «MARLBORO», на прикассовом сигаретном диспенсере в магазине «Магнолия», расположенном по адресу: г. Москва, Большой Факельный переулок, д. 2/22.

В соответствии с пунктом 8 статьи 7 Закона о рекламе, не допускается реклама табака, табачной продукции, табачных изделий и курительных принадлежностей, в том числе трубок, кальянов, сигаретной бумаги, зажигалок. Данная норма закона устанавливает полный запрет на рекламу определенного вида товаров.

Согласно положениям статьи 2 Федерального закона от 22.12.2008 № 268-ФЗ «Технический регламент на табачную продукцию»: табачные изделия — продукты, полностью или частично изготовленные из табачного листа в качестве сырьевого материала, приготовленного таким образом, чтобы использовать для курения, сосания,

жевания или нюханья; табачная продукция - табачное изделие, упакованное в

3
потребительскую тару; сигарета - вид курительного табачного изделия, состоящего из

резаного сырья для производства табачных изделий, обернутого сигаретной бумагой.

Установлено, что объектом рекламирования рассматриваемой рекламы являются определенные табачные изделия, их производитель.

Таким образом, установлено нарушение рассматриваемой рекламой пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе.

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, является ненадлежащей.

Таким образом, рассматриваемая реклама является ненадлежащей.

Место совершения административного правонарушения - г. Москва, Большой Факельный переулок, д. 2/22.

Время выявления административного правонарушения — 02.06.2014.

Согласно части 7 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 8 статьи 7 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

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

Рекламодателем является лицо, осуществляющее фактическое доведение объекта рекламирования до сведения потребителя.

Факт распространения рассматриваемой рекламы в одном из магазинов ЗАО «Т и К Продукты» подтверждается материалами дела № 3-7-3/77-15, в том

числе:

- письменными пояснениями физического лица — заявителя (вх. № 23195 от 03.07.2014), из которых следует, что 02.06.2014 при посещении магазина «Магнолия», расположенного по адресу: г. Москва, Большой Факельный переулок, д. 2/22, им было выявлено распространение спорной рекламы табачной продукции;
- фотоматериалами, содержащими изображение рассматриваемой рекламы;
- письменными пояснениями ЗАО «Т и К Продукты» (вх. № 32607 от 03.09.2014), в которых законным представителем ЗАО «Т и К Продукты» подтвержден как факт размещения рассматриваемой рекламы в магазине «Магнолия».

Резюмируя изложенное, должностное лицо Московского УФАС России приходит к выводу о том, что рекламодателем спорной рекламы является ЗАО «Т и К Продукты».

Таким образом, ответственность за нарушение пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе несет ЗАО «Т и К Продукты».

В соответствии с частью 1 статьи 2.1 КоАП РФ, административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое КоАП РФ или законами субъектов Российской Федерации об административных

4 правонарушениях установлена административная ответственность.

В соответствии с частью 2 статьи 2.1 КоАП РФ, юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых КоАП РФ или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Вина ЗАО «Т и К Продукты» состоит в распространении рекламы табачной продукции (сигарет «MARLBORO») на прикассовом сигаретном диспенсере в магазине «Магнолия», расположенном по адресу: г. Москва, Большой Факельный переулок, д. 2/22, с нарушением требований пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе. Должностным лицом Московского УФАС России не установлено объективных обстоятельств, делающих невозможным соблюдение указанных требований.

Ответственность за невыполнение требований установленных пунктом 8 статьи 7 Закона о рекламе, предусмотрена частью 4 статьи 14.3.1 КоАП РФ.

В соответствии с частью 4 статьи 14.3.1 КоАП РФ, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем запрета рекламы табака, табачной продукции, табачных изделий или курительных принадлежностей влечет наложение административного штрафа на юридических лиц - от ста пятидесяти тысяч до шестисот тысяч рублей.

В соответствии с частью 3 статьи 4.1 КоАП РФ при назначении административного наказания юридическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, имущественное и финансовое положение юридического лица, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

При составлении протокола по делу об административном правонарушении <...> представила объяснения по факту административного правонарушения.

В представленных в протоколе объяснениях <...> указывает на то, что рассматриваемая в рамках настоящего дела листовка признакам рекламы не отвечает, содержит надпись «не является рекламой», не распространялась и не была направлена на привлечение внимания потребителей, листок находится с внутренней стороны диспенсера, и не был направлен в сторону торгового зала, решение Комиссии Московского УФАС России от 13.03.2015 по делу № 3-7-3/77-15 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе основано

на непроверенных информации и фотоматериалах.

Вместе с тем, факт размещения рассматриваемой листовки в магазине «Магнолия», а также факт отнесения спорной листовки к рекламе надлежащим образом установлены, исследованы и оценены как в решении Комиссии Московского УФАС России от 13.03.2015 по делу № 3-7-3/77-15 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, так и в протоколе по

5

настоящему делу, в связи с чем доводы <...> в этой части несостоятельны.

<...> также указывает на то, что ЗАО «Т и К Продукты» не преследовало коммерческих интересов при распространении информации посредством спорной

листовки, каких-либо договоров на ее размещение не заключало.

Вместе с тем, законодательством Российской Федерации не предусмотрена прямая заинтересованность рекламораспространителя в рекламе

товара, данная характеристика не является обязательным квалифицирующим признаком установления факта рекламы, как и договорные отношения с третьими лицами.

При рассмотрении дела <...> заявила ходатайство о применении части 3.2 статьи 4.1 КоАП РФ при назначении административного наказания.

Согласно части 3.2 статьи 4.1 КоАП РФ при наличии исключительных обстоятельств, связанных с характером совершенного административного правонарушения и его последствиями, имущественным и финансовым положением привлекаемого к административной ответственности юридического лица, судья, орган, должностное лицо, рассматривающие дела об административных правонарушениях либо жалобы, протесты на постановления и (или) решения по делам об административных правонарушениях, могут назначить наказание в виде административного штрафа в размере менее минимального размера административного штрафа, предусмотренного соответствующей статьей или частью статьи раздела II КоАП РФ, в случае, если минимальный размер административного штрафа для юридических лиц составляет не менее ста тысяч рублей.

Закон о рекламе, регулируя отношения, возникающие в процессе производства, размещения и распространения рекламы, ставит своей целью, в том числе предотвращение и пресечение ненадлежащей рекламы, способной ввести потребителей рекламы в заблуждение или нанести вред здоровью граждан.

Нормативный запрет на рекламу табака, табачной продукции, табачных изделий и курительных принадлежностей исходит именно из недопустимости привлечения внимания граждан к той или иной табачной продукции, недопустимости стимулирования ее приобретения и потребления. Целью такого запрета является защита здоровья людей от разрушительных последствий

потребления табака и воздействия табачного дыма. Между тем, ЗАО «Т и К Продукты» пренебрежительно отнеслось к исполнению своих публично-правовых обязанностей и формальных требований публичного права. Доказательств наличия исключительных обстоятельств, связанных с имущественным и финансовым положением ЗАО «Т и К Продукты», при рассмотрении дела не представлено.

Таким образом, назначение ЗАО «Т и К Продукты» административного наказания в виде штрафа в размере 150 000 рублей соответствует характеру совершенного Обществом административного правонарушения, соразмерно его тяжести, является справедливым и отвечает принципам юридической

6
ответственности, регламентированным КоАП РФ.

На основании изложенного, должностное лицо административного органа не находит правовых оснований для применения в рамках настоящего дела положений части 3.2 статьи 4.1 КоАП РФ.

В соответствии с ч. 3 ст. 4.1 КоАП РФ при назначении административного наказания юридическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, имущественное и финансовое положение юридического лица, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

Должностным лицом Московского УФАС России не установлено обстоятельств, отягчающих административную ответственность, а также обстоятельств, смягчающих административную ответственность ЗАО «Т и К Продукты»

Таким образом, штраф, подлежащий взысканию составляет 150 000 рублей.

Руководствуясь статьями 33, 38 Закона о рекламе, статьями 4.1, ст. 14.3.1, 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

За нарушение части 4 статьи 14.3.1 КоАП РФ назначить ЗАО «Т и К Продукты» (адрес: 121357, г. Москва, Можайское шоссе, 3/1, стр. 1, ОГРН 1027739277720, ИНН 7731162754, КПП 773101001) административное наказание в виде административного штрафа в размере 150 000 (ста пятидесяти тысяч) рублей.

Согласно части 1 статьи 32.2 КоАП РФ, административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 КоАП РФ.

В соответствии с частью 5 статьи 32.2 КоАП РФ, при отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, и информации об уплате административного штрафа в Государственной информационной системе о государственных и муниципальных платежах, по истечении срока, указанного в части 1 статьи 32.2 КоАП РФ, судья, орган, должностное лицо, вынесшие постановление, направляют в течение десяти суток постановление о наложении административного штрафа с отметкой о его неуплате судебному приставу-исполнителю для исполнения в порядке,

7
предусмотренном федеральным законодательством.

В соответствии с частью 5 статьи 3.5 КоАП РФ, сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме. Суммы штрафов, уплаченных за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, зачисляются в соответствующие бюджеты в соотношении:

- 40% в Федеральный бюджет;

- 60% в бюджет субъекта Российской Федерации, на территории которого зарегистрировано ЗАО «Т и К Продукты», перечислением через банк, обслуживающий хозяйствующий субъект.

Реквизиты для уплаты административных штрафов, предусмотренных за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе (квитанция прилагается):

Получатель: УФК по г. Москве (для Московского УФАС России, л/с 04731324890)

Банк получателя: Отделение 1 Москва

ИНН/КПП: 7706096339 / 770101001

БИК 044583001

р/с 40101810800000010041

КБК:161 1 16 26000 01 6000140

Код ОКТМО: 45375000

Назначение платежа: административный штраф по делу № 4-14.3-293/77-15.

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП РФ, неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного 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 арбитражном суде в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

В соответствии с пунктом 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.

Приложение: квитанция на 1 листе.