

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

по делу

об административном правонарушении

№ 34-АР-2016

11 октября 2016 г.

г. Чебоксары

«...», рассмотрев протокол об административном правонарушении от 26.09.2016 № 33-АР-2016, составленный «...» и другие материалы дела об административном правонарушении, возбужденного в отношении ИП Злыденной И.А. («...»), по факту совершения административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, в связи с нарушением требований определенных пунктом 2 части 2 статьи 21 Закона о рекламе,

в присутствии законного представителя Злыденной И.А. – «...» (доверенность б/н от 30.12.2016),

УСТАНОВИЛ:

В Чувашское УФАС России поступило заявление гражданина «...» (вх. от 10.06.2016 № 04-10/3660), перенаправленное в адрес Чувашского УФАС России из Управления Роскомнадзора по Чувашской Республике – Чувашии (исх. от 08.06.2016 № 2881-04/21) о распространении в газете «PRO город Чебоксары» ненадлежащей рекламы.

Согласно жалобе гражданина «...» (далее – Заявитель) на пятой странице газеты «PRO город Чебоксары» от 28.05.2016 № 21(299) размещено рекламное объявление, о том, что в г.Чебоксары открылся первый бутик «Фанагория».

Заявитель считает, что указанное рекламное объявление, в котором информируется о том, что теперь горожане смогут насладиться изысканным вкусом кубанских напитков, является рекламой алкогольной продукции в нарушение установленных требований статьи 21 Закона о рекламе, поскольку распространение рекламы алкогольной продукции не допускается в предназначенных для несовершеннолетних печатных изданиях.

При этом Заявитель указывает на то, что в данном случае, возрастное ограничение (+16) установлено на первой и тридцать первой странице рассматриваемой газеты.

Изучив представленные документы и материалы в рамках рассмотрения данного заявления Чувашское УФАС России пришло к следующим выводам.

Согласно [пункту 1](#) статьи 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.

Из содержания рассматриваемой информации, можно сделать вывод, что данная информация:

распространена;

неопределенного круга лиц;

(сайт www.fanagoria.ru ТЦ "Мадагаскар", 1 этаж);

преследует цель обратить внимание на открытие в г.Чебоксары первого розничного винного бутика «Фанагория», "где теперь горожане смогут насладиться изысканным вкусом кубанских напитков";

направлена на продвижение алкогольной продукции собственной сети розничных винных бутиков «Фанагория» на рынке реализации аналогичных товаров.

Таким образом, рассматриваемая информация соответствует всем квалифицирующим признакам рекламы, определенным пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе.

В рассматриваемой рекламной статье содержится информация об "уникальности винодельческого предприятия "Фанагория", осуществляющего полный цикл виноделия, побуждающая тем самым потребителей данной рекламы к совершению покупки рекламируемого товара в розничном фирменном буике «Фанагория», где представлен широкий ассортимент как продукции данного предприятия (производителей России), так и зарубежных алкогольных брендов.

Наглядность рекламируемой продукции винных бутиков "Фанагория" придают в рекламной статье фотографии раскинувшихся виноградников агропредприятия "Фанагория", бочки с содержанием вина и коньячного спирта (согласно тексту рекламируемой статьи), а также бутылка вина и фужер для вина с гроздью виноградной ветки.

Таким образом, объектом рекламирования рассматриваемой рекламы является алкогольная продукция винного бутика «Фанагория», открывшегося в г.Чебоксары.

Данная реклама публично распространена и предлагается для неопределенного круга лиц - потребителей рекламы газеты «PRO город Чебоксары», в том числе для несовершеннолетних читателей.

Возраст несовершеннолетия определен нормами Гражданского кодекса Российской Федерации - до достижения восемнадцати лет.

Поскольку рекламная информация предназначена для неопределенного круга лиц, то это означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых она направлена.

В данной норме, в соответствии с [Письмом](#) ФАС России от 27.06.2016 N АД/43482/16, под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации

объекта рекламирования.

В силу статьи 21 Закона о рекламе установлено требования к рекламе алкогольной продукции, а также запреты на распространение рекламы такой продукции с помощью отдельных средств распространения рекламы, в том числе периодических печатных изданий, где содержатся отдельные требования к содержанию рекламы такой продукции, которая не должна размещаться в периодических печатных изданиях, за исключением рекламы пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, а также вина и игристого вина (шампанского), произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда, которая не должна размещаться на первой и последней полосах газет, а также на первой и последней страницах и обложках журналов.

[Пунктом 2 части 2 комментируемой статьи](#) полностью запрещено размещение (распространение) рекламы алкогольной продукции в предназначенных для несовершеннолетних печатных изданиях, аудио- и видеопроодукции.

В данном случае редакция газеты «PRO город Чебоксары» установила возрастное ограничение читателей, указав его на первой и тридцать первой странице печатного издания (+16).

Таким образом, размещение рекламы алкогольной продукции в периодическом печатном издании, где содержатся отдельные условия, указывающие на возрастное ограничение читателей (+16), является нарушением требований пункта 2 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В целях рассмотрения заявления по существу, а также определения норм, которые в данном случае подлежат применению, Чувашское УФАС России письмом от 20.06.2016 № 04-10/4224 осуществило запрос в адрес редакции «PRO город Чебоксары» о представлении всей имеющейся информации, относящейся к данной рекламе, в том числе о лице, осуществившим распространение информации, указанной в рекламе.

Из документов и материалов, представленных газетой «PRO город Чебоксары» следует, что согласно договору купли-продажи печатных площадей (полос) от 01.08.2013 № 3, заключенного между ООО «Город 21» (Продавец) и ИП Злыденной И.А. (Покупатель), печатные площади в газете «PRO город Чебоксары» выкупает ИП Злыденная И.А. и использует их по своему усмотрению (пункт 1.2 вышеуказанного договора).

На основании письменных пояснений газеты «PRO город Чебоксары», лицом, осуществившим распространение рекламы, является ИП Злыденная И.А.

В силу [части 9 статьи 2](#) Закона Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» под распространителем понимается лицо, осуществляющее распространение продукции средства массовой информации по договору с редакцией, издателем или на иных законных основаниях.

В смысле [Закона](#) о рекламе рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (пункт [7 статьи 3](#) Закона о рекламе).

Таким образом, согласно требованиям статьи 3 Закона о рекламе ИП Злыденная И.А. является рекламодателем рассматриваемой рекламы.

В силу части 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных нормами данного закона, возложена на рекламодателя.

Решением Чувашского УФАС России от 27.07.2016 по делу № 10-Р-2016 реклама алкогольной продукции в предназначенном, в том числе, для несовершеннолетних, печатном издании «PRO город Чебоксары» признана ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования определенные пунктом 2 части 2 статьи 21 Закона о рекламе. Нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства Российской Федерации о рекламе является административным правонарушением.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем [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 должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей.

В соответствии со статьей 2.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административной ответственности подлежит должностное лицо в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей. Должностным лицом является лицо, постоянно, временно или в соответствии со специальными полномочиями осуществляющее функции представителя власти, то есть наделенное в установленном законом порядке распорядительными полномочиями в отношении лиц, не находящихся в служебной зависимости от него, а равно лицо, выполняющее организационно-распорядительные или административно-хозяйственные функции.

Лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, совершившие административные правонарушения, несут административную ответственность как должностные лица, если настоящим Кодексом не установлено иное. Таким образом, ИП Злыденная И.А. по смыслу статьи 2.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях является должностным лицом, без образования юридического лица, и, следовательно, несет ответственность за соблюдение требований Закона о рекламе.

Должностное лицо ИП Злыденная И.А. виновна в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3

Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, поскольку она не предприняла необходимых мер по соблюдению требований, установленных пунктом 2 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе», которые требуются от рекламораспространителя, совершив тем самым административное правонарушение, предусмотренное частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии со статьей 2.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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.

При этом оценка малозначительности деяния должна соотноситься с причинением либо угрозой причинения вреда личности, обществу или государству. Понятие малозначительности административного правонарушения является категорией оценочной и определяется судьей, органом, должностным лицом, уполномоченным решить дело в каждом конкретном случае с учетом выявленных обстоятельств.

В пункте 21 постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 24.03.2005 № 5 «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении КоАП РФ» малозначительным административным правонарушением является действие или бездействие, хотя формально и содержащее признаки состава административного правонарушения, но с учетом характера совершенного правонарушения и роли правонарушителя, размера вреда и тяжести наступивших последствий не представляющее существенного нарушения охраняемых общественных правоотношений.

В связи с наличием существенной угрозы причинения вреда охраняемым общественным отношениям оснований для признания совершенного правонарушения малозначительным и освобождения от административной ответственности ИП Злыденной И.А. не имеется.

В соответствии с частью 2 статьи 4.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях при назначении административного наказания физическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, личность виновного, его имущественное положение, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

При назначении наказания ИП Злыденной И.А. учтены обстоятельства и характер совершенного правонарушения, имущественное положение физического лица. Обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность Злыденной И.А., отсутствуют.

ИП

Определяя степень ответственности, считаю возможным применить меру наказания в пределах низшей санкции, предусмотренной частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

На основании изложенного, руководствуясь ст. ст. 23.48, 29.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать ИП Злыденную И.А. виновной в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. Назначить ИП Злыденной И.А. наказание в виде административного штрафа в размере четырех тысяч рублей.

Согласно части 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с частью 5 статьи 3.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объёме.

Сумму штрафа за нарушение законодательства о рекламе надлежит уплатить по следующим реквизитам:

Получатель:

«...»