

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания

по делу № 3-24/43-2015

об административном правонарушении

сентября 2015 года

г. Пенза, ул. Урицкого, 127

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Пензенской области <...>, рассмотрев протокол и материалы дела об административном правонарушении № 3-24/43-2015, возбужденного в отношении индивидуального предпринимателя <...>, без его участия,

### УСТАНОВИЛ:

При рассмотрении поступил протокол от 24.09.2015 №3-24/43-2015 об административном правонарушении, составленный начальником отдела контроля органов власти и администрации Управления Федеральной антимонопольной службы по Пензенской области (далее - Пензенское УФАС России) <...>, в отношении ИП <...> в связи с совершением правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП РФ).

При рассмотрении протокола № 3-24/43-2015 и материалов настоящего административного дела следует.

При рассмотрении Пензенским УФАС России было рассмотрено дело № 3-01/41-2015 о нарушении законодательства о рекламе, возбужденное в отношении ИП <...> по признакам нарушения пункта 5 части 2 статьи 21, части 2.1 статьи 21 Федерального закона от 18.06.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе»).

При рассмотрении ИП <...> реклама решением Комиссии Пензенского УФАС России от 24 августа 2015 года в соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» признана запрещенной.

В соответствии с частью 1 статьи 28.1 КоАП РФ непосредственное обнаружение правонарушений, достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения, является поводом к возбуждению дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 КоАП РФ.

ИП <...> на рассмотрение настоящего административного дела не явился. В адрес Пензенского УФАС России направил письменное ходатайство, в котором просит рассмотреть настоящее дело без его участия.

При рассмотрении материалов настоящего административного дела, прихожу к следующим выводам.

При рассмотрении распространения ИП <...> ненадлежащей рекламы установлен в ходе рассмотрения дела о нарушении законодательства о рекламе и подтверждается нарушением.

материалов дела о нарушении законодательства о рекламе № 3-01/41-2015 следует, при осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе специалистами Пензенского УФАС установлен факт распространения на средства наружной рекламы по адресу: г. Пенза, ул. Фабричная, 3 информации со следующим содержанием: «Визит, Самко. Ежедневно с 11:00 до 23:00»; «с 1 до 23.00 Живое, светлое, разливное».

в соответствии со статьёй 3 ФЗ «О рекламе» рекламой является информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. При этом под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым является реклама.

иными словами, информация, признаваемая рекламой, должна удовлетворять следующим условиям, а именно: предназначаться для неопределённого круга лиц; привлекать, формировать и поддерживать интерес к объекту рекламирования; способствовать продвижению объекта рекламирования (товара) на рынке.

неопределённым кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны отношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования.

сущностью любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту продвижения его на рынке и закрепить его образ в памяти потребителя.

рассматриваемая информация, распространяющаяся по адресу: г. Пенза, ул. Фабричная, 3, содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации иного характера: предназначена для неопределённого круга лиц; преследует конкретные цели информирования: продвижение на рынке, призвана формировать и поддерживать интерес к услугам, предоставляемым соответствующим оператором.

в соответствии с частью 1 статьи 19 ФЗ «О рекламе» под наружной рекламой понимается распространение рекламы с использованием щитов, стендов, строительных конструкций, перетяжек, электронных табло, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения (далее – рекламных конструкций), размещаемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.

баннер, размещенный на стене здания магазина по адресу: г. Пенза, ул. Фабричная, 3, является рекламной конструкцией и имеет значительную площадь изображения.

горизонтальный щтендер, размещенный перед входом в здание магазина по адресу: г. Пенза, ул. Фабричная, 3, относится к наружной рекламе.

рассматриваемой рекламе содержится фраза: «Визит, Самко. Живое, светлое, разливное».

«Визит» и ООО «Пивоваренный завод «Самко» являются производителями пива и широко известны среди потребителей на рынке Пензенской области.

Основным официальным интернет-сайтам ОАО «Визит» [www.tdvizit.ru](http://www.tdvizit.ru) и ООО «Пивоваренный завод «Самко» [www.samcobeer.ru](http://www.samcobeer.ru) обозначения «Визит» и «Самко» относятся к наименованию пива, которое реализуется на территории Пензенской области. Иной продукции, имеющей такие обозначения, на официальных сайтах не представлено.

Исходя из того, что кроме алкогольной продукции (пива) ОАО «Визит» и ООО «Пивоваренный завод «Самко» осуществляют и производство кваса, лимонада, не имеет ли это какое-либо существенное значение для рассмотрения дела.

Согласно пункту 7 статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» под алкогольной продукцией понимается пищевая продукция, которая произведена с использованием или без использования этилового спирта, выделенного из пищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции, с содержанием этилового спирта более 0,5 процента объема готовой продукции, за исключением пищевой продукции в соответствии с перечнем, установленным постановлением Правительства Российской Федерации. Алкогольная продукция подразделяется на следующие виды, как спиртные напитки (в том числе водка, коньяк), вино, фруктовое вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива.

Согласно классификатору продукции ОК 005-93 пиво отнесено к пивоваренной промышленности.

Элементы графического оформления обозначений «Визит» и «Самко», используемые в рекламе, полностью совпадают с изображениями наименований пива «Визит» и «Самко», а именно: по цвету и схожести написания.

В рассматриваемом случае используются в рекламе словосочетания «Живое, светлое, пивное», обозначения «Визит», «Самко», а также их совпадение по стилистическому оформлению, а именно: по схожести написания наименований пива «Визит» и «Самко» вызывает у потребителей ассоциацию с определенным товаром (пивом).

Согласно пункту 2 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» от 08.10.2012 № 58 при анализе информации на предмет наличия в ней признаков рекламы судам необходимо учитывать, что наличие отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту регулирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в данных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака).

Согласно пункту 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» установлено, что реклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием технических средств стабильного и долговременного размещения (рекламных конструкций), монтируемых и устанавливаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий,

ений, сооружений или вне их.

ответствии с частью 2.1. статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции держанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции разрешается только в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется ичная продажа алкогольной продукции, в том числе в дегустационных залах таких звых объектов. Реклама вина и игристого вина (шампанского), произведенных в ийской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации града разрешается на выставках пищевой продукции (за исключением продуктов кого питания) и выставках организаций общественного питания.

ако в нарушение пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама ольной продукции (пива) ИП <...> распространяется за пределами торговой точки, енно: путем распространения на стене здания и выносном штендере у входа в изин по адресу: г. Пенза, ул. Фабричная, 3.

ись: «Визит, Самко. Ежедневно с 11:00 до 23:00»; «с 11.00 до 23.00 Живое, светлое, ивное» ассоциируется с алкогольной продукцией «Визит», «Самко» и формирует у ебителей рекламы именно интерес к пиву, алкогольной продукции.

е того, воспроизведенная в рассматриваемой рекламе информация, размещенная тене здания и выносном штендере у входа в магазин, то есть представленная лтельной части населения города Пензы, очевидно ассоциируется у потребителя, в закона относящегося к взрослой возрастной категории, с алкогольной продукцией м), по своему содержанию привлекает интерес к осуществляемой компаниями т», «Самко» деятельности, связанной с производством и реализацией алкогольной, укции. Данная информация направлена на привлечение внимания и поддержание эса к алкогольной продукции и ее продавцу. Следовательно, такая информация этся рекламой алкогольной продукции, а поэтому должна соответствовать иальным требованиям и ограничениям, установленным статьей 21 ФЗ «О рекламе».

м образом, учитывая вышеизложенные обстоятельства, рассматриваемая реклама ольной продукции (пива) не соответствует требованиям пункта 5 части 2 статьи 21, л 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

асно пункту 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям одательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

ответствии с частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение ований, установленных частями 2-5 статьи 21 данного закона несет амораспространитель.

асно пункту 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламораспространитель – лицо, ествующее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с льзованием любых средств.

ответствии с пунктом 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодатель – это изготовитель продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) ружание рекламы лицо.

циалистами Пензенского УФАС России установлено, что торговую деятельность по ,аже указанной в рекламе продукции по адресу г.Пенза, ул.Фабричная, 3, ествует ИП <...>, что подтверждается договором от 22.06.2015 о передаче в аренду

ещения №2 по вышеуказанному адресу.

м образом, ИП <...> как лицо, имеющее прямую заинтересованность в привлечении неопределенного круга лиц к продаже товара, который указан в рекламе, является рекламодателем и рекламораспространителем рекламы: «Визит, Самко, ежедневно с 11:00 до 23:00»; «с 11.00 до 23.00 Живое, светлое, разливное».

действия ИП <...> были квалифицированы Комиссией Пензенского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе как нарушающие требования пункта 5 части 2 статьи 21, части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе», распространяемая реклама признана ненадлежащей.

основании части 1 статьи 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, лицом-производителем и рекламораспространителем законодательства о рекламе, влечет 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 пяти тысяч рублей до пятисот тысяч рублей.

осно статье 2.4 КоАП РФ лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, совершившие административные правонарушения, несут административную ответственность как должностные лица, если иными актами Кодекса не установлено иное.

осно статье 2.4 КоАП РФ должностное лицо подлежит административной ответственности в случае совершения им административного правонарушения в связи с исполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

м образом, в действиях ИП <...> содержится состав административного правонарушения, ответственность за которое установлена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

дате совершения административного правонарушения: июль 2015 года.

месте совершения административного правонарушения: г. Пенза, ул. Фабричная, 3.

срок давности привлечения должностного лица ИП <...> к административной ответственности, установленный частью 1 статьи 4.5 КоАП РФ за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, на момент вынесения постановления не истек.

при рассмотрении вопроса о привлечении индивидуального предпринимателя к административной ответственности за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе и назначении административного наказания учитываются характер совершенного административного правонарушения, конкретные обстоятельства его совершения, имущественное положение должностного лица, смягчающие и отягчающие административную ответственность.

осно статье 2.9 КоАП РФ предусматривается возможность освобождения от административной ответственности при малозначительности административного правонарушения.

рассматриваемом случае совершенное правонарушение посягает на установленные административными правовыми актами гарантии на защиту потребителей от ненадлежащей

амы. По указанному правонарушению существенная угроза охраняемым общественным отношениям заключается не в наступлении каких-либо негативных фактических последствий, а в пренебрежительном отношении индивидуального предпринимателя к исполнению своих публично-правовых обязанностей.

Указанным в законе № 38-ФЗ «О рекламе» на стабильное территориальное размещение рекламы алкогольной продукции установлен в целях защиты нравственности, ограничения употребления (распития) гражданами алкогольной продукции, а также экономических интересов Российской Федерации.

Предприниматель <...>, самостоятельно разместивший на фасаде здания по адресу: г. Пенза, ул. Центральная, 3, рекламу алкогольной продукции несет ответственность за соблюдение действующего законодательства. Именно он не должен был допустить нарушение действующего законодательства.

Следовательно, состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, является формальным, следовательно, правонарушение является общественно-опасным с момента его совершения независимо от наступления каких-либо вредных последствий.

Учитывая из конкретных обстоятельств дела и учитывая характер общественных интересов, на которые посягает нарушитель, прихожу к выводу об отсутствии оснований для признания допущенного административного правонарушения малозначительным и освобождения ИП <...> от административной ответственности.

Согласно статье 4.2 КоАП РФ установлены обстоятельства, смягчающие административную ответственность, перечень которых не является исчерпывающим.

Учитывая из совокупности обстоятельств дела, считаю возможным в качестве смягчающих обстоятельств по делу учесть совершение действий по устранению нарушения, а также первое совершение правонарушения впервые.

Учитывая обстоятельства, отягчающие административную ответственность, предусмотренных статьей 4.3 КоАП РФ, при рассмотрении дела не установлено.

Учитывая обстоятельства, смягчающие административную ответственность и руководствуясь статьями 23.48, 29.9, 29.10 и частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ,

#### ПОСТАНОВИЛ:

Признать индивидуального предпринимателя <...> виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, и назначить ему наказание в виде административного штрафа в размере 4 000 (четырёх тысяч) рублей 00 копеек.

Административный штраф должен быть уплачен не позднее 60 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.

ответствии с частью 5 статьи 3.5 КоАП сумма административного штрафа подлежит списанию в бюджет в полном объеме.

**му штрафа надлежит уплатить согласно следующим реквизитам:**

Идентификационный номер налогоплательщика (ИНН) 5836011815 КПП 583401001

Пензенской области

Федеральной антимонопольной службы по Пензенской области)

16111626000016000140 Денежные взыскания (штрафы) за нарушение законодательства о рекламе.

ОКПО 56701000

получателя: УФК по Пензенской области

Федеральной антимонопольной службы по Пензенской области)

Пенза г. Пенза

ИНН 5836011815

Расчетный счет 40101810300000010001

в документе, подтверждающего уплату административного штрафа, лицо, привлеченное к административной ответственности, направляет должностному лицу, вынесшему постановление по факсу (8412) 52-34-43.

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

Согласно статье 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 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 данное постановление не было обжаловано или опротестовано.