

РЕШЕНИЕ по делу № 06-03-11/02

08.02.2011 года г. Мурманск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председателя комиссии - Чеченина С.А.;

Члены комиссии: Мороз С.В., Ким Е.Г., Ермакова М.Е.

рассмотрев материалы дела от 19.01.2011 № 06-03-11/02 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в отсутствие лица (уведомлено должным образом), в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе.

В УФАС по Мурманской области поступило 07.02.2011 объяснение и ходатайство от ООО «О`КЕЙ» (далее - общество) о рассмотрении дела № 06-03-11/02 в отсутствие общества.

УСТАНОВИЛА:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области в результате очередного мониторинга рекламы, был выявлен факт распространения рекламы с признаками нарушения Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (далее - Закон о рекламе).

На обложке каталога товаров гипермаркета «О`КЕЙ» в Мурманске № 50 от 30 сентября по 13 октября 2010 года размещена реклама «товарные обозначения брендов завода – производителя пивного ассортимента «Хавброй» - «Hofbrau Munchen» и «Edelweiss» - Альпийское премиальное, нефильтованное удовольствие. В рекламе изображена девушка, держащая в руках бокалы с желтой пенящейся жидкостью.

В нижней части рекламы имеется предупредительная надпись: «чрезмерное употребление пива и напитков, изготавливаемых на его основе, вредит вашему здоровью».

В соответствии со статьей 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. объект рекламирования – товар, средства 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;

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

Согласно пункту 6 части 1 статьи 22 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (далее - Закон о рекламе) реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, не должна использовать образы людей и животных, в том числе выполненные с помощью мультипликации (анимации).

Согласно пункту 4 части 2 статьи 22 Закона «О рекламе» реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, не должна размещаться на первой и последней полосах газет, а также на первой и последней страницах и обложках журналов.

Согласно части 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 настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

Из письменных объяснений ООО «О`КЕЙ» следует, что в своем каталоге товаров в Мурманске № 50 от 30 сентября по 13 октября 2010 года общество разместило рекламу «200 лет Октоберфесту!» и полагает, что не допустило нарушения пункту 6 части 1 статьи 22 Федерального Закона «О рекламе».

Что касается размещения вышеназванной рекламы на последней странице каталога, ООО «О`КЕЙ» письменно поясняет следующее.

Распространяемый компанией «О`КЕЙ» каталог не является ни газетой, ни журналом, что подтверждается Гост 7.60-2003, в котором указано, что под каталогом понимается – официальное, справочное и (или) рекламное издание, содержащее систематизированный перечень имеющихся в наличии предметов и услуг, предлагаемых потребителю.

Комиссия частично согласилась с доводами общества.

Каталог товаров в Мурманске «О`КЕЙ» распространяется в гипермаркете «О`КЕЙ» (ИНН 7826087713, Юридический адрес: 195213, г. Санкт-Петербург, Заневский пр., д.65, корп.1, лит А), информация в каталоге привлекает внимание к товарам, реализуемым в гипермаркете «О`КЕЙ».

В вышеназванной рекламе Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) выделила объектом рекламирования: пиво двух марок «Хавброй» -«Hofbrau Munchen» и «Edelweiss» - Альпийское премиальное.

Комиссия изучила представленные на заседание материалы:

- свидетельство о регистрации средства массовой информации Каталога товаров сети магазинов «О`КЕЙ» ПИ № 2-7165 от 02.04.2004г., и ПИ № ФС77-42674 от 16.102010г.;
 - свидетельство о государственной регистрации ООО«СПБО`КЕЙБОЛ» ;
 - Свидетельства о внесении в записи в ЕГРЮЛ ООО«СПБО`КЕЙБОЛ» и ООО «О`КЕЙ»;
 - свидетельство ОГРН ООО «О`КЕЙ»;
 - протоколы внеочередных собраний учредителей ООО«СПБО`КЕЙБОЛ» и ООО «О`КЕЙ»;
 - устав ООО «СПБО`КЕЙБОЛ»;
 - договор о передаче полномочий единоличного исполнительного органа управляющей компании и соглашение к договору.
 - объяснение ООО«О`КЕЙ» по признакам нарушения законодательства о рекламе;
 - материалы и объяснения, предоставленные ООО «Интерпортфолио».
- ООО «О`КЕЙ» представил протокол № 01/06 внеочередного общего собрания участников общества с ограниченной ответственностью «СПБО`КЕЙБОЛ» от 16.01.2006г. ООО«СПБО`КЕЙБОЛ» из которого следует, что ООО «СПБО`КЕЙБОЛ» единогласно было переименовано в ООО«О`КЕЙ» и принята новая редакция Устава.

Представленное обществом свидетельство о регистрации средства массовой информации, не действовало на момент выхода рекламы. Реклама распространялась в период с 30 сентября по 13 октября 2010 года, представленное свидетельство выдано 16 ноября 2010г.

Однако в материалах дела имеется свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № 2-7165 от 2.04.2004, действующее на момент распространения рекламы, которое зарегистрировано как «Каталог товаров сети

гипермаркетов «О`КЕЙ» (рекламное издание).

В свидетельстве указано, что форма периодического распространения - сборник, специализация- информация о промышленных и продовольственных товарах, производителях, услугах и фирмах, рекламы – свыше 40%.

Комиссия изучила Гост 7.60-2003 (Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Издания. Основные виды. Термины и определения).

Раздел 3.2.4.3.5 Справочные и рекламные издания, пункт 3.2.4.3.5.3.2 Госта7.60-2003 раскрывает понятие каталог: Официальное, справочное и (или) рекламное издание, содержащее систематизированный перечень имеющихся в наличии предметов и услуг. Пункт 3.2.4.3.5.3.2.4 каталог товаров и услуг: Каталог, содержащий перечень товаров и услуг, предлагаемых потребителю.

К видам периодических и продолжающихся изданий относятся:

3.2.5.1.газета: Периодическое газетное издание, выходящее через непродолжительные интервалы времени, содержащее официальные материалы, оперативную информацию и статьи по актуальным общественно-политическим, научным, производственным и другим вопросам, а также литературные произведения и рекламу.

3.2.5.2.журнал: Периодическое журнальное издание, имеющее постоянную рубрикацию и содержащее статьи или рефераты по различным вопросам и литературно-художественные произведения.

К видам периодических и продолжающихся изданий сборник, указанный в свидетельстве ПИ № 2-7165 от 2.04.2004 не относится.

Согласно Госту сборник относится к видам изданий по составу основного текста. Сборник(3.2.2.2) это издание, содержащее ряд произведений.

Изучив Гост и сопоставив его со Свидетельством о регистрации средства массовой информации ПИ № 2-7165 от 2.04.2004, действующим на момент распространения рекламы, Комиссия пришла к выводу, что рассматриваемое издание не относится к газетам и журналам, а определено Министерством Российской Федерации по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций, как каталог.

Согласно пункту 4 части 2 статьи 22 Закона «О рекламе» реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, не должна размещаться на первой и последней полосах газет, а также на первой и последней страницах и обложках журналов.

Учитывая, что распространяемый ООО «О`КЕЙ» каталог не содержит в себе каких-либо официальных материалов, оперативной информации и статей по актуальным общественно-политическим и иным вопросам, не имеет постоянную рубрикацию и не содержит других признаков, характеризующих газеты и журналы, он относится к разделу справочные и рекламные издания.

Таким образом, нарушение пункта 4 части 2 статьи 22 Закона «О рекламе» не нашло подтверждений в ходе рассмотрения дела № 06-03-11/02.

Однако, в нарушение норм Закона о рекламе, на последней странице каталога товаров сети гипермаркетов О`КЕЙ № 50, от 30 сентября 2010 года при размещении рекламы пивного ассортимента «Хавброй» - «Hofbrau Munchen» и «Edelweiss» - Альпийское премиальное, нефильтованное удовольствие, используется образ человека – девушка, держащая в руках бокалы с желтой пенящейся жидкостью, напоминающей пиво.

Согласно пункту 6 части 1 статьи 22 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (Далее - Закон о рекламе) реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, не должна использовать образы людей и животных, в том числе выполненные с помощью мультипликации (анимации).

Согласно письма ФАС России № АК/34210 от 01.10.2009 запрет, содержащийся в пункте 6 части 1 статьи 22 федерального закона «О рекламе», касается не только визуального образа человека, но любых визуальных, звуковых и иных средств, формирующих образ человека или животного в сознании потребителя рекламы. Визуальным использованием образов людей и животных является изображение существ (включая вымышленных) в рекламе, в том числе, демонстрация частей тела, силуэтов, способами графики, живописи, анимации, фотографии и другими. Образ – форма отражения в сознании объекта материального мира. В данном случае у потребителя рекламы формируется впечатление присутствие человека – образ девушки в национальном баварском костюме, разносящей пенящееся пиво в бокалах.

Использование в нижней части рекламы «товарных обозначений брендов завода – производителя пивного ассортимента «Хавброй» – «Hofbrau Munchen» и «Edelweiss» – Альпийское премиальное» и наличие предупредительной надписи: «чрезмерное употребление пива и напитков изготавливаемых на его основе, вредит вашему здоровью» – еще раз подчеркивает, что рассматриваемая Комиссией реклама адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования пиву «Хавброй» – «Hofbrau Munchen» и «Edelweiss» – Альпийское премиальное, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Исследовав представленные материалы, Комиссия считает, что вышеназванная реклама не соответствует требованию пункта 6 части 1 статьи 22 Закона о рекламе и в соответствии со статьей 3 Закона реклама является ненадлежащей. В соответствии с частью 6 и 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение пункта 6 части 1 статьи 22 Закона возложена на рекламодателя. Рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в частях 6 и 7 настоящей статьи, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

ООО «Интерпотфолио» является крупным поставщиком продукции пивного ассортимента «Hofbrau Munchen», которое по договору поставляет пивную продукцию в сеть гипермаркета «О`КЕЙ».

В материалах дела стр. 47,48 имеются письменные объяснения ООО «Интерпотфолио».

ООО «О`КЕЙ» в период проведения акции, заинтересованный в увеличении прибыли от продаж пивного ассортимента «Хавброй», поставляемого ООО «Интерпотфолио» по договору поставки, самостоятельно и за свой счет и по собственному почину изготовил, оплатил и разместил информацию о проведении пивного фестиваля «Окtoberfest» в каталоге товаров гипермаркета «О`КЕЙ» № 50, от 30 сентября 2010 года, запросив лишь только при этом в информативных целях у компании ООО «Интерпотфолио» возможность легального воспроизведения товарного обозначения бренда завода-производителя пивного ассортимента «Hofbrau Munchen» в качестве модуля, который и фигурирует под товарным брендом «Эдельвейс» в каталоге товаров гипермаркета «О`КЕЙ» № 50, от 30 сентября 2010 года.

ООО «Интерпотфолио» не давал и не подписывал какие-либо задания, не предоставлял рекламные материалы, не оформлял это соответствующим приложением к Договору и не оплачивал рекламу в каталоге товаров гипермаркета «О`КЕЙ» № 50, от 30 сентября 2010 года.

ООО «О`КЕЙ» не представило запрашиваемые Управлением заявки заказчиков на вышеназванную рекламу, макет рекламы согласованный с заказчиком и договора на размещение рекламы, из чего следует, что содержание рекламы, размещенной

на последней странице каталога гипермаркета «О`КЕЙ» определило само общество, т.е. общество является производителем рассматриваемой рекламы. ООО «О`КЕЙ» в письменных объяснениях не отрицает, что рекламу произвело и разместило в каталоге само.

Реклама, опубликованная в каталоге товаров сети гипермаркетов О`КЕЙ № 50, от 30 сентября 2010 года привлекает внимание покупателей к маркам пива «Edelweiss» и «Hofbrau Munchen», реализуемым в сети гипермаркета «О`КЕЙ» при этом используя образ человека.

Таким образом, ООО «О`КЕЙ» (ИНН 7826087713, 195213, г. Санкт-Петербург, Заневский проспект, д.65, корп.1, лит.А), производя и разместив рекламу в каталоге гипермаркета «О`КЕЙ» в Мурманске № 50, от 30 сентября 2010 года пивного ассортимента «Хавброй» - «Hofbrau Munchen» и «Edelweiss» - Альпийское премиальное, нефильтованное удовольствие, при этом используя образ человека – девушки, держащей в руках бокалы с желтой пенящейся жидкостью нарушило пункта 6 части 1 статьи 22 Закона о рекламе.

Пиво, напитки на его основе являются одними из самых распространенных продуктов. Это широко потребляемый товар, которым переполнены прилавки магазинов и витрины ларьков, кафе, бары, рестораны и т.п. Соответственно, рекламодатели и рекламодатраспространители в условиях большой конкуренции используют всевозможные механизмы для продвижения пива.

Фактические обстоятельства дела, а именно пункта 6 части 1 статьи 22 Закон о рекламе направлены на охрану здоровья населения Российской Федерации, на реализацию положений Конституции Российской Федерации.

Согласно статье 1 Закона о рекламе целями настоящего Федерального закона являются предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального Закона «О рекламе» и в соответствии с Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия РЕШИЛА:

1. Признать рекламу ООО «О`КЕЙ», размещенную в каталоге гипермаркета ООО «О`КЕЙ» в Мурманске № 50 от 30 сентября по 13 октября 2010 года на последней странице «пивного ассортимента «Хавброй» -«Hofbrau Munchen» и «Edelweiss» - Альпийское премиальное» с использованием образа человека, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пункта 6 части 1 статьи 22 Закона о рекламе.

2. Выдавать предписание ООО «О`КЕЙ» о прекращении размещение рекламы пива с использованием образов людей и обеспечить соблюдение пункта 6 части 1 статьи 22 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.06 № 38-ФЗ.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Мурманского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьёй 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении ООО «О`КЕЙ»
Результативная часть решения была объявлена 08.02. 2011года.

Решение изготовлено в полном объеме 15.02.2011 года.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса РФ.

Председатель комиссии: С.А. Чеченина

Члены комиссии: С.В. Мороз, Е.Г. Ким, М.Е. Ермакова

ПОСТАНОВЛЕНИЕ о наложении штрафа по делу
об административном правонарушении № 06-03А-11/01
05апреля 2011года город Мурманск

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области Чеченина Светлана Адольфовна, действующая на основании статьи 23.48 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ), рассмотрев материалы дела № 06-03А-11/01, свидетельствующие о нарушении требований Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (Далее - Закон о рекламе), указывающие на событие административного правонарушения совершенного ООО «О`КЕЙ» (ИНН 7826087713, 195213, г. Санкт-Петербург, Заневский проспект, д.65, корп.1, лит.А) в присутствии представителя директора обособленного структурного подразделения – гипермаркета«О`КЕЙ» в г. Мурманске <П...> по доверенности.
УСТАНОВИЛ:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области в результате очередного мониторинга рекламы, распространяемой в городе Мурманске, был выявлен факт распространения рекламы с нарушением Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (Далее - Закон о рекламе) в каталоге товаров гипермаркета «О`КЕЙ» в Мурманске» № 50 от 30 сентября по 13 октября 2010 года.

На обложке каталога товаров гипермаркета «О`КЕЙ» в Мурманске» № 50 была размещена реклама «товарные обозначения брендов завода – производителя пивного ассортимента «Хавброй» -«Hofbrau Munchen» и «Edelweiss» - Альпийское премиальное. В рекламе изображена девушка, держащая в руках бокалы с желтой пенящейся жидкостью.

В нижней части рекламы имеется предупредительная надпись: «чрезмерное употребление пива и напитков, изготавливаемых на его основе, вредит вашему здоровью».

Статья 3 Закона о рекламе устанавливает, что реклама – это 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; объект рекламирования - 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.

Согласно пункту 6 части 1 статьи 22 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (Далее - Закон о рекламе) реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, не должна использовать образы людей и животных, в том числе выполненные с помощью мультипликации (анимации).

Согласно части 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 настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

Каталог товаров в Мурманске «О`КЕЙ» распространяется в гипермаркете «О`КЕЙ»,

информация в каталоге привлекает внимание к товарам, реализуемым в гипермаркете «О`КЕЙ».

В рекламе выделены объекты рекламирования: пиво двух марок «Хавброй» -«Hofbrau Munchen» и «Edelweiss» - Альпийское премиальное.

В нарушение норм Закона о рекламе, на последней странице каталога товаров сети гипермаркетов О`КЕЙ № 50, от 30 сентября 2010 года при размещении рекламы пивного ассортимента «Хавброй» - «Hofbrau Munchen» и «Edelweiss» - Альпийское премиальное, используется образ человека – девушка, держащая в руках бокалы с желтой пенящейся жидкостью, напоминающей пиво.

Согласно пункту 6 части 1 статьи 22 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (Далее - Закон о рекламе) реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, не должна использовать образы людей и животных, в том числе выполненные с помощью мультипликации (анимации).

Согласно письма ФАС России № АК/34210 от 01.10.2009 запрет, содержащийся в пункте 6 части 1 статьи 22 Федерального закона «О рекламе», касается не только визуального образа человека, но любых визуальных, звуковых и иных средств, формирующих образ человека или животного в сознании потребителя рекламы. Визуальным использованием образов людей и животных является изображение существ (включая вымышленных) в рекламе, в том числе, демонстрация частей тела, силуэтов, способами графики, живописи, анимации, фотографии и другими. Образ – форма отражения в сознании объекта материального мира. В данном случае у потребителя рекламы формируется впечатление присутствие человека - образ девушки в национальном баварском костюме, разносящей пенящееся пиво в бокалах.

Использование в нижней части рекламы «товарных обозначений брендов завода – производителя пивного ассортимента «Хавброй» -«Hofbrau Munchen» и «Edelweiss» - Альпийское премиальное» и наличие предупредительной надписи: «чрезмерное употребление пива и напитков изготавливаемых на его основе, вредит вашему здоровью» -еще раз подчеркивает, что рассматриваемая реклама адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования пиву«Хавброй» -«Hofbrau Munchen» и «Edelweiss» - Альпийское премиальное, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Решением Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе 08.02.2011г. вышеназванная реклама была признана не соответствующей требованиям пункта 6 части 1 статьи 22 Закона о рекламе и в соответствии со статьей 3 Закона признана ненадлежащей.

Согласно статье 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение пункта 6 части 1 статьи 22 Закона возложена на рекламоделателя, а также на рекламопроизводителя в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе под рекламоделателем понимается изготовитель или продавец товара или иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Из материалов дела следует, что содержание рекламы, определило само общество, т.е. общество определило объект рекламирования. ООО «О`КЕЙ» в письменных объяснениях не отрицает, что рекламу произвело и разместило в каталоге.

Таким образом, установлено, что ООО «О`КЕЙ» (ИНН 7826087713, 195213, г. Санкт-Петербург, Заневский проспект, д.65, корп.1, лит.А), произведя и разместив

рекламу в каталоге гипермаркета «О`КЕЙ» в Мурманске № 50, от 30 сентября по 13 октября 2010 года пивного ассортимента «Хавброй» - «Hofbrau Munchen» и «Edelweiss» - Альпийское премиальное, при этом используя образ человека – девушки, держащей в руках бокалы с желтой пенящейся жидкостью нарушило пункта 6 части 1 статьи 22 Закона о рекламе.

ООО «О`КЕЙ» признает, что нарушило Закон о рекламе, разместив в каталоге гипермаркета «О`КЕЙ» в Мурманске № 50, от 30 сентября по 13 октября 2010 рекламу ассортимента «Хавброй» - «Hofbrau Munchen» и «Edelweiss» - Альпийское премиальное, при этом используя образ человека – девушки.

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 настоящим Кодексом или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

ООО «О`КЕЙ» при имеющихся возможностях могло обеспечить соблюдение законодательства о рекламе при размещении рекламы пива, но не приняло к тому разумных и адекватных мер, не проявило должную степень заботливости и осмотрительности.

Учитывая важную социальную значимость совершенного правонарушения и то обстоятельство, что у Общества имелись условия для соблюдения требований Закона о рекламе, признания указанного правонарушения в силу ст. 2.9 КоАП РФ малозначительным не имеется.

Основания для признания административного правонарушения по рекламе пива малозначительным у должностного лица отсутствует

В действиях ООО «О`КЕЙ» усматривается состав административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП.

Санкцией за данное административное правонарушение является наложение административного штрафа на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

При рассмотрении настоящего дела у ООО «О`КЕЙ» установлено наличие следующих обстоятельств, смягчающих административную ответственность, предусмотренных статьей 4.2 КоАП РФ: правонарушение совершено впервые, юридическое лицо устранило нарушение. ООО «О`КЕЙ» 11.03.2011 сообщило об исполнении предписания и обязалось обеспечить соблюдение пункта 6 части 1 статьи 22 Закона о рекламе.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, предусмотренных статьей 4.3 КоАП, не установлено.

При назначении административного наказания учтены фактические обстоятельства дела, наличие смягчающих и отсутствие отягчающих ответственность обстоятельств.

Руководствуясь статьями 4.2, 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

За нарушение пункта 6 части 1 статьи 22 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ наложить на ООО «О`КЕЙ» штраф в размере 100 000 (сто тысяч) рублей.

Сумму штрафа надлежит уплатить в соответствующий бюджет:

Получатель УФК по Мурманской области (Мурманское УФАС России) ИНН/КПП 5191501854/519001001.

Расчетный счет 40101810000000010005 в ГРКЦ ГУ Банка России по Мурманской обл.

г. Мурманск. БИК 044705001. Код ОКATO 47401000000.

Код платежа 16111626000010000140 «Денежные взыскания (штрафы) за нарушение законодательства о рекламе».

Согласно части 1 статьи 32.2 КоАП РФ штраф должен быть уплачен не позднее 30 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.

Согласно части 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.

В соответствии с пунктом 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

Жалоба на постановление по делу об административном правонарушении подаётся в суд в порядке, предусмотренном главой 30 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с частью 1 статьи 20.25 КоАП РФ неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного штрафа.

Заместитель руководителя управления С.А. Чеченина