

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

об административном правонарушении

по делу № 021/04/14.3-1357/2020

14 декабря 2020 г.
Чебоксары

г.

«...», рассмотрев протокол об административном правонарушении от 14.12.2020, составленный «...» и другие материалы дела об административном правонарушении, возбужденного в отношении общества с ограниченной ответственностью «Сияние» (ИНН/ОГРН 2130206849/1182130013230),

в присутствии представителя ООО «Сияние» - «...»(доверенность от 14.12.2020),

УСТАНОВИЛ:

Чувашским УФАС России, в порядке части 2 статьи 36 Федерального Закона от 13.03.2006 №38-ФЗ Закона «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) возбуждено дело по признакам нарушения части 6 статьи 5 Закона о рекламе в отношении ООО «Сияние».

Основанием в возбуждении дела послужило поступившее 10.09.2020 и з прокуратуры Ленинского района г. Чебоксары обращение гражданки Надежды (далее – Заявитель) с заявлением о ненадлежащей рекламе, с признаками нарушения требований этики и безнравственного отношения к наследию прошлого и заслугам советского народа и Советского Союза, включающих героизм и подвиги советского народа, как военные, так и трудовые.

Представленная реклама размещалась с использованием плакатов в месте нахождения магазина «41градус» по адресу г. Чебоксары, ул. Дементьева, д.2, реализующего алкогольную продукцию.

Установлено, что деятельность по реализации алкогольной продукции на указанном объекте осуществляет ООО «Сияние» (ИНН

2130206849).

При этом установлено, что при входе в помещение и в витрине магазина размещались копии плакатов, на двух из которых, содержалось изображение мужчины в костюме и галстуке, отказывающегося от рюмки водки со словами: «НЕТ! Мне стакан!», «Сегодня с нами ты не пьешь. А завтра Родине изменишь». На третьем плакате изображение мужчины на больничной койке, с ампутацией рук, в бинтах, с содержанием текста: «Этот человек не умел разливать водку поровну».

Рассматриваемая информация соответствует определению понятия рекламы, установленному пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе.

С точки зрения Закона о рекламе, под рекламой понимается 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 (пункт 1 статья 3 Закона о рекламе).

Общие требования к рекламе установлены в статье 5 Закона о рекламе. При этом, в силу требований части 6 статьи 5 Закона о рекламе установлено, что в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия.

Из разъяснения ФАС России (письмо от 29.04. 2013 N АД/17355/13 "О порядке применения части 6 статьи 5 ФЗ "О рекламе") следует, что положение части 6 статьи 5 Федерального закона "О рекламе" запрещает использовать в рекламе бранные слова, непристойные образы, сравнения, выражения, оскорбительные образы, сравнения, выражения.

К непристойным образам, сравнениям, выражениям могут быть отнесены такие слова и изображения, которые нарушают общепринятые нормы и принципы поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности.

К оскорбительным образам, сравнениям и выражениям - слова и изображения, которые, в том числе, ущемляют человеческое достоинство, принижают значимость отдельных лиц, исторических событий, памятных дат.

Возможна ситуация, когда

одна и та же реклама оценивается неоднозначно с точки зрения ее этичности различными категориями населения. При этом, по мнению ФАС России, для признания рекламы неэтичной не требуется получение единогласного мнения или мнения абсолютного большинства потребителей рекламы, достаточно установить наличие значимого количества людей, воспринимающих рекламу как неэтичную.

Исходя из положений пункта 16 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами федерального закона "О рекламе" по делам о привлечении лиц к ответственности за использование ими в рекламе бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений при решении вопроса об отнесении тех или иных слов к числу бранных или образов, сравнений и выражений к числу непристойных (то есть крайне предосудительных и недопустимых ввиду неприличия) и (или) оскорбительных (то есть способных причинить обиду) специальных знаний, как правило, не требуется.

Учитывая изложенное, вопрос восприятия рассматриваемой рекламы и наличия признаков нарушения законодательства о рекламе был вынесен на обсуждение Экспертно-консультативного Совета по рекламе, образованном при Чувашском УФАС России.

В связи с чем, оценка этичности рекламы была дана по обстоятельствам, указанным в поступившей жалобе и заключением членов Экспертного Совета по рекламе (протокол от 16.11.2020 N 3), для которых наличие признаков нарушения части 6 статьи 5 Закона о рекламе явилось очевидным.

Члены Экспертно-консультативного Совета пришли к выводу, что ООО «Сияние» при распространении рекламы допущены неоправданные сравнения в использовании зрительных образов, применении словосочетаний (выражений).

Реклама не должна содержать информации, которая может оскорбить, в том числе, государственные интересы страны. Искажение исторических событий не должно становиться частью рекламного сюжета.

В советское время плакаты были одним из самых распространенных средств массовой агитации. Плакаты времен СССР касались разных сторон жизни и затрагивали практически всё, что происходило в обществе. За все время было создано большое количество

агитационных плакатов, которые осуждали пьянство, рассказывали о пользе труда и спорта, отражали все аспекты жизни страны.

Согласно сведениям из общедоступных источников плакат «Нет» создан на тему борьбы с пьянством (время создания 1954 год), автором которого является художник Говорков В.И. Плакат

использовался для проведения антиалкогольной кампании, необходимой, в том числе, из-за увеличения количества преступлений в стране, возникающих на почве алкогольного опьянения, а также влияющих на продуктивность труда и общие экономические показатели.

Образ, предназначенный для демонстрации негативного отношения к алкоголизму «НЕТ», в данной рекламе призывает к употреблению алкоголя: «НЕТ! Мне стакан!», «Сегодня с нами ты не пьешь. А завтра Родине изменишь», что оскорбительно с точки зрения исторических событий страны, в том числе, отрицательного отношения к алкоголю и в настоящее время.

При этом, данная реклама, адресованная на неопределенный круг лиц, расположена на всеобщем обозрении в общественном месте, в связи с чем, доступна для всех без исключения категорий населения, в том числе несовершеннолетних потребителей, чьи жизненные ценности еще не сформированы.

Вместе с тем, на другом плакате использовано сравнение мужчины с ампутацией рук, в бинтах, на больничной койке, в совокупности с выражением «Этот человек не умел разливать водку поровну».

Использованный образ и выражение в их взаимосвязи не соответствуют нормам морали и нравственности, в связи с чем, являются не этичными и оскорбительными по отношению к чувствам людей, и также не могут быть связаны с предметом рекламирования алкоголя.

Внимание потребителей рекламы к продукции, реализуемой магазином, направлено не на сведения о характеристиках, качестве, либо иных потребительских свойствах алкогольной продукции, а на пародирование узнаваемых образов, в том числе, исторических событий.

При указанных обстоятельствах, рассматриваемая реклама является ненадлежащей, а ее рекламодатель нарушил часть 6 статьи 5 Закона о рекламе. Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или)

содержание рекламы лицо (статья 3 Закона о рекламе).

Ответственность за нарушение требований, установленных частью 6 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодатель (часть 6 статьи 38 Закона о рекламе). Установлено, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Сияние» (ИНН 2130206849).

Нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламодистрибьютерами законодательства Российской Федерации о рекламе образует состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

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

Согласно части 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 «Сияние» выступило в качестве рекламодателя рекламы и тем самым совершило административное правонарушение, предусмотренное частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с частью 1 статьи 2.2 КоАП РФ административное правонарушение признается совершенным умышленно, если лицо, его совершившее, сознавало противоправный характер своего действия (бездействия), предвидело его вредные последствия и желало наступления таких последствий или сознательно их допускало либо относилось к ним безразлично.

В соответствии с частью 2 статьи 2.2 КоАП РФ административное правонарушение признается совершенным по неосторожности, если лицо, его совершившее, предвидело возможность наступления вредных последствий своего действия (бездействия), но без достаточных к тому оснований самонадеянно рассчитывало на

предотвращение таких последствий либо не предвидело возможности наступления таких последствий, хотя должно было и могло их предвидеть.

В силу части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 6 настоящей статьи, частью 4 статьи 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, -

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 ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

В соответствии со статьей 2.9 КоАП РФ 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.

Совершенное ООО «Сияние» правонарушение посягает на установленный в Российской Федерации порядок распространения рекламы, создает существенную угрозу охраняемым общественным правоотношениям, следовательно, не может быть признано малозначительным.

В соответствии с частью 3 статьи 4.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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 назначении наказания ООО «Сияние» учтены обстоятельства и характер совершенного правонарушения, финансовое положение юридического лица. Обстоятельства, отягчающие, либо смягчающие административную ответственность, отсутствуют.

С учетом установленных обстоятельств, ООО «Сияние» виновно в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, так как именно данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению требований законодательства о рекламе, при отсутствии к тому чрезвычайных и непредотвратимых обстоятельств. Оценивая собранные по делу доказательства, прихожу к следующему.

Федеральным законом от 03.07.2016 № 316-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях», вступившим в силу 04.07.2016, Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях дополнен статьей 4.1.1, предусматривающей замену административного наказания в виде административного штрафа на предупреждение являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицам, осуществляющим предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, и юридическим лицам, а также их работникам 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.

Согласно части 2 статьи 4.1.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административное наказание в виде административного штрафа не подлежит замене на предупреждение в случае совершения административного правонарушения, предусмотренного статьями 14.31 - 14.33, 19.3, 19.5, 19.5.1, 19.6, 19.8 - 19.8.2, 19.23, частями 2 и 3 статьи 19.27, статьями 19.28, 19.29, 19.30, 19.33 настоящего Кодекса.

По сведениям из Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательств, размещенного на официальном сайте Федеральной налоговой службы в информационно - телекоммуникационной сети Интернет по адресу: <https://www.nalog.ru>, ООО «Сияние» указано в качестве микропредприятия.

Руководствуясь частью 2 статьи 3.4, частями 1, 3 статьи 4.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, принимая во внимание, что ООО «Сияние» является субъектом малого и среднего предпринимательства, правонарушение совершено впервые, ранее к административной ответственности, предусмотренной ч.1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, не привлекался, а также в отсутствие доказательств причинения вреда или возникновения 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, имущественного ущерба, а также отягчающих ответственность обстоятельств, прихожу к выводу о возможности применения к нему меры административной ответственности в виде предупреждения.

По правилам части 1 статьи 3.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях предупреждение - мера административного наказания, выраженная в официальном порицании физического или юридического лица. Предупреждение выносится в письменной форме.

На основании изложенного, руководствуясь ст. 23.48, 29.9, 4.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать ООО «Сияние» виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. Назначить ООО «Сияние» меру административного наказания в виде предупреждения.

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в суд в течение 10 дней с момента получения или вручения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 31.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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.