



**АРБИТРАЖНЫЙ СУД ПЕНЗЕНСКОЙ ОБЛАСТИ**  
440000, г. Пенза, ул. Кирова, д. 35/39, тел.: (8412) 52-99-09, факс: 55-36-96

---

**ИМЕНЕМ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**РЕШЕНИЕ**

г. Пенза

Дело № А49-10312/2013

10 февраля 2014г.

**Арбитражный суд Пензенской области в составе судьи Дудоровой Н.В.,**

рассмотрев в порядке упрощенного производства дело по заявлению общества с ограниченной ответственностью «Продторг» (ИНН 7326037009, ОГРН 1107326001420)

к Управлению Федеральной антимонопольной службы по Пензенской области (ИНН 5836011815, ОГРН 5836011815)

о признании незаконным постановления от 09.10.13 о наложении штрафа по делу об административном правонарушении №1-22/104-2013,

**установил:**

общество с ограниченной ответственностью «Продторг» (далее – заявитель, Общество) обратилось в арбитражный суд с заявлением о признании незаконным и отмене постановления от 09.10.2013 Управления Федеральной антимонопольной службы по Пензенской области (далее – антимонопольный орган) о наложении штрафа по делу № 1-22/104-2013 об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ).

Определением от 12.12.2013 заявление административного органа принято к производству суда и к рассмотрению в порядке упрощенного производства. Сторонам установлены сроки для представления истребованных судом доказательств – не позднее 13.01.2014, для представления дополнительных документов, содержащих объяснения по существу заявленных требований и возражения в обоснование своей позиции – не позднее 04.02.2014.

В материалах дела имеются надлежащие доказательства вручения указанного определения сторонам по делу. Возражений против рассмотрения дела в порядке

упрощенного производства, каких-либо ходатайств, препятствующих рассмотрению дела в порядке упрощенного производства, сторонами не заявлено.

В обоснование заявленных требований Обществом приведены доводы об отсутствии события вменяемого ему правонарушения. Заявитель полагает, что размещенная им рядом со входом в магазин информация не является наружной рекламой алкогольной продукции. При этом заявитель приводит следующие доводы: словосочетание «ГАЛЕРЕЯ ВИН» является его коммерческим обозначением, используемым сетью розничных магазинов на территории Ульяновской и Пензенской областей, которое в настоящее время находится в стадии государственной регистрации в качестве товарного знака; указание наименования организации на вывеске по месту ее нахождения преследует иные цели и не может рассматриваться как реклама; слоган «Напитки на все случаи жизни» формирует интерес к такой категории товара, как напитки, не выделяя из нее алкогольные; фраза с предупреждением о вреде здоровью чрезмерным употреблением алкоголя обязательна к размещению в силу закона и сама по себе не является рекламой алкогольной продукции; употребленное слово «вин» носит обобщенное наименование группы товаров, реализуемых в торговой точке, не позволяет выделить конкретный товар среди ряда однородных товаров и не является рекламой.

Антимонопольный орган представил письменный отзыв на заявление (том 1 л.д. 33-36), в котором с заявленными требованиями не согласился, указал, что оспариваемое постановление является законным и обоснованным, в связи с чем просил отказать в удовлетворении заявления.

Как следует из материалов дела, в антимонопольный орган поступило заявление граждан по поводу распространения рекламы алкогольной продукции на внешней стене магазина «Галерея вин», расположенного по адресу: г. Пенза, Проспект Победы, 7.

Антимонопольным органом определением от 31.07.2013 по факту распространения путем размещения на внешней стене магазина рекламы алкогольной продукции возбуждено дело № 3-01/14-2013 по признакам нарушения пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 «О рекламе» (далее – Закон о рекламе). В ходе рассмотрения дела было установлено, что размещенная на внешней стене магазина, расположенного по адресу: г. Пенза, Проспект Победы, 7 (справа от входа в магазин), реклама имеет следующее содержание: в правой части рекламы приведен фирменный логотип компании «Продторг». В центральной части рекламы крупными буквами выполнена надпись: «Напитки на все случаи жизни». В левой части рекламы имеется надпись: «Мы открылись! Добро пожаловать, всегда

рады вас видеть. ГАЛЕРЕЯ ВИН (с изображением грозди винограда) напитки на все случаи жизни. Мы предлагаем только высококачественную и безопасную продукцию, соответствующую всем государственным стандартам, санитарным правилами и гигиеническим нормативам. Истинным гурманам мы предлагаем насладиться элитным сортами вин, представленными в наших магазинах мировыми брендами». В нижней части рекламы имеется надпись: «доступные цены • известные торговые марки • высокий сервис • экономия времени • высокое качество • регулярное проведение акций». Внизу большими буквами выполнена надпись: «ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ».

По результатам рассмотрения указанного дела антимонопольным органом 04.09.2013 принято решение, в соответствии с которым признана ненадлежащей реклама алкогольной продукции, размещенная на внешней стене магазина ООО «Продторг», расположенного по адресу: г. Пенза, Проспект Победы, 7, поскольку при ее распространении нарушены требования пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе (том 1 л.д. 137-139).

Обществу выдано предписание от 04.09.2013 о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, которым предписано в срок до 25.09.2013 прекратить нарушение требований пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе, а именно: не распространять рекламу алкогольной продукции, размещенную на фасаде магазина расположенного по адресу: г. Пенза, Проспект Победы, 7.

Усмотрев в действиях Общества признаки административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ), антимонопольный орган 24.09.2013 составил протокол об административном правонарушении (том 2 л.д. 2-4), по результатам рассмотрения которого 09.10.2013 вынесено постановление о признании Общества виновным в совершении деяния, выразившегося в нарушении требований пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, на Общество наложен административный штраф в размере 100000руб. (том 2 л.д. 11-14).

Общество считает данное постановление незаконным и оспаривает его в арбитражном суде.

Согласно части 6 статьи 210 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации при рассмотрении дела об оспаривании решения административного органа о привлечении к административной ответственности арбитражный суд в судебном заседании

проверяет законность и обоснованность оспариваемого решения, устанавливает наличие соответствующих полномочий административного органа, принявшего оспариваемое решение, устанавливает, имелись ли законные основания для привлечения к административной ответственности, соблюден ли установленный порядок привлечения к ответственности, не истекли ли сроки давности привлечения к административной ответственности, а также иные обстоятельства, имеющие значение для дела.

При рассмотрении дела об оспаривании решения административного органа арбитражный суд не связан доводами, содержащимися в заявлении, и проверяет оспариваемое решение в полном объеме (часть 7 статьи 210 АПК РФ).

В соответствии с частью 1 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный надзор за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе предупреждает, выявляет и пресекает нарушения физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе; возбуждает и рассматривает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, также вправе применять меры ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях (пункт 1 части 1 названной статьи).

В силу части 1 статьи 28.3 КоАП РФ протоколы об административных правонарушениях составляются должностными лицами органов, уполномоченных рассматривать дела об административных правонарушениях. При этом перечень должностных лиц, имеющих право составлять протоколы об административных правонарушениях, устанавливается уполномоченными федеральными органами исполнительной власти и уполномоченными органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации в соответствии с задачами и функциями, возложенными на эти органы федеральным законодательством (часть 4 статьи 28.3КАПР).

Приказом Федеральной антимонопольной службы № 180 от 19.11.2004 (с изменениями и дополнениями) утвержден перечень должностных лиц территориальных органов Федеральной антимонопольной службы, уполномоченных составлять протоколы об административных правонарушениях.

В соответствии с частью 1 статьи 23.48 КоАП РФ Федеральный антимонопольный орган, его территориальные органы рассматривают дела об административных правонарушениях, предусмотренных статьей 9.15, частями 6 и 12 статьи 9.16, статьями 9.21, 14.3, статьей 14.6 (за исключением административных правонарушений в сфере

государственного регулирования тарифов), статьями 14.9, 14.31 - 14.33, 14.38, 14.40 - 14.42, частями 2.1 - 2.7 статьи 19.5, статьей 19.8 (в пределах своих полномочий), статьей 19.31 настоящего Кодекса.

Исходя из изложенного, а также с учетом части 1 статьи 28.3, 23.48 КоАП РФ следует признать, что в рассматриваемом случае протокол об административном правонарушении составлен, дело об административном правонарушении рассмотрено и оспариваемое постановление вынесено уполномоченными должностными лицами антимонопольного органа.

Согласно части 1 статьи 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 5 настоящей статьи, частью 4 статьи 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 КоАП РФ, влечет наложение административного штрафа на юридических лиц в размере от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Законодательство Российской Федерации о рекламе состоит из Федерального закона № 39-ФЗ от 13.03.2006 «О рекламе».

В соответствии со статьей 1 Закона о рекламе целями данного Федерального закона являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Статьей 3 Закона о рекламе установлено, 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 (пункт 1);

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 (пункт 2);

товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (пункт 3);

ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации (пункт 4).

Общие требования к рекламе установлены статьей 5 Закона о рекламе, согласно которой реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Недобросовестной признается, в том числе, реклама, которая представляет собой рекламу товара, реклама которого запрещена данным способом, в данное время или в данном месте, если она осуществляется под видом рекламы другого товара, товарный знак или знак обслуживания которого тождествен или сходен до степени смешения с товарным знаком или знаком обслуживания товара, в отношении рекламы которого установлены соответствующие требования и ограничения, а также под видом рекламы изготовителя или продавца такого товара.

Специальные требования к рекламе алкогольной продукции установлены статьей 21 Закона о рекламе. Заявителю вменено нарушение пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе, согласно которому реклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.

На основании части 4 статьи 38 Закона о рекламе нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Заявитель не оспаривает того факта, что конструкции со спорной информацией размещены на внешних стенах магазина по Проспекту Победы, 7 в г. Пензе именно Обществом. Но Заявитель не согласен с выводами антимонопольного органа о том, что указанная информация является рекламой алкогольной продукции.

Суд находит позицию заявителя ошибочной и отклоняет приведенные им доводы.

В пункте 1 Постановления Пленума ВАС РФ № 58 от 08.10.2012 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» приведена правовая позиция, согласно которой не следует рассматривать в качестве рекламы размещение наименования (коммерческого обозначения) организации в месте ее нахождения, а также иной информации для потребителей непосредственно в месте реализации товара, оказания услуг (например, информации о режиме работы, реализуемом

товаре), поскольку размещение такой информации в указанном месте не преследует целей, связанных с рекламой.

Однако, суд считает, что размещенная в числе другой информации фраза «Истинным гурманам мы предлагаем насладиться элитными сортами вин, представленными в наших магазинах мировыми брендами» является рекламой алкогольной продукции. Если вся другая информация, размещенная на спорной рекламной конструкции, имеет своим целевым назначением рекламу открытия торговой точки с указанием группы продаваемого в этой торговой точке товара, то эта фраза направлена на формирование у неограниченного круга лиц интереса именно к алкогольной продукции. Этой фразой Общество не просто информирует население о том, что здесь продается вино элитных сортов, он призывает потенциальных покупателей приобрести вина, насладиться ими, употребив их.

Такая реклама противоречит основному смыслу статьи 21 Закона о рекламе, нормы которой направлены на охрану жизни и здоровья граждан, ограничение алкоголизма. Разместив такую рекламу, Общество допустило нарушение требований пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

При изложенных обстоятельствах арбитражный суд приходит к заключению, что антимонопольным органом сделан правильный вывод о наличии в действиях Общества состава административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Суд находит обоснованными доводы заявителя о том, что словосочетание «ГАЛЕРЕЯ ВИН» не может быть расценено как реклама алкогольной продукции, поскольку является коммерческим наименованием данной торговой точки, а также о том, что не является рекламой алкогольной продукции слоган «Напитки на все случаи жизни», поскольку понятие «напитки» включает в себя широкий спектр товаров, в том числе и безалкогольные напитки. Вместе с тем, эти доводы не влияют на законность оспариваемого постановления антимонопольного органа.

Ссылки заявителя на письма Федеральной антимонопольной службы № АК/1829 от 24.01.2011 «О разграничении понятий вывеска и реклама», № АК/47658/13 от 28.11.2013 «О квалификации конструкций в качестве рекламных или информационных» суд не принимает во внимание, поскольку указанные письма не являются нормативными правовыми актами, обязательными к применению, носят рекомендательный для антимонопольных органов характер. Вместе с тем, в письме № АК/47658/13 от 28.11.2013 также содержится вывод ФАС России о том, что, если целевым назначением сведений о наименовании организации и виде

ее деятельности не является информирование о месте нахождения организации, то такие сведения могут быть квалифицированы как реклама. Обстоятельства размещения таких сведений подлежат дополнительной оценке.

Каких-либо существенных нарушений процедуры при производстве по делу об административном правонарушении судом не установлено.

Таким образом, арбитражный суд считает, что оспариваемое постановление является законным и обоснованным, и на основании части 3 статьи 211 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации принимает решение об отказе в удовлетворении требований заявителя.

На основании изложенного, руководствуясь статьями 167-170, 211 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, арбитражный суд

**Р Е Ш И Л :**

Отказать Обществу с ограниченной ответственностью «Продторг» в удовлетворении заявления о признании незаконным и отмене постановления Управления Федеральной антимонопольной службы по Пензенской области от 09.10.2013 о наложении штрафа по делу № 1-22/104-2013 об административном правонарушении.

Решение может быть обжаловано в Одиннадцатый Арбитражный апелляционный суд в течение десяти дней со дня его вынесения.

**Судья**

**Н.В. Дудорова**