



ЧЕТЫРНАДЦАТЫЙ АРБИТРАЖНЫЙ АПЕЛЛЯЦИОННЫЙ СУД

ул. Батюшкова, д.12, г. Вологда, 160001

<http://14aas.arbitr.ru>

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

10 января 2012 года

г. Вологда

Дело № А05-9445/2011

Резолютивная часть постановления объявлена 28 декабря 2011 года.

В полном объеме постановление изготовлено 10 января 2012 года.

Четырнадцатый арбитражный апелляционный суд в составе председательствующего Виноградовой Т.В., судей Пестеревой О.Ю. и Тарасовой О.А. при ведении протокола секретарем судебного заседания Твороговой И.В.,

рассмотрев в открытом судебном заседании апелляционную жалобу общества с ограниченной ответственностью «Север-Алко» на решение Арбитражного суда Архангельской области от 14 октября 2011 года по делу № А05-9445/2011 (судья Козьмина С.В.),

у с т а н о в и л :

общество с ограниченной ответственностью «Север-Алко» (ОГРН 1058383006824; далее - Общество, ООО «Север-Алко») обратилось в Арбитражный суд Архангельской области с заявлением к Управлению Федеральной антимонопольной службы по Ненецкому автономному округу (далее – Управление, УФАС) о признании незаконным и отмене постановления от 30.08.2011 № 09КР/14.3-2011.

Решением суда от 14 октября 2011 года в удовлетворении требований отказано.

Общество в апелляционной жалобе просит решение суда отменить и прекратить производство по делу. В обоснование своей позиции ссылается на то, что спорная конструкция является вывеской, а не рекламой.

Управление в отзыве на апелляционную жалобу просит решение суда оставить без изменения, апелляционную жалобу – без удовлетворения.

Стороны о времени и месте рассмотрения апелляционной жалобы извещены надлежащим образом, представителей в суд не направили, в связи с чем дело рассмотрено в их отсутствие в соответствии со статьями 123, 156, 266 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации (далее – АПК РФ).

Исследовав доказательства по делу, апелляционная инстанция не находит оснований для удовлетворения апелляционной жалобы.

Как видно из материалов дела, в рамках осуществления контроля за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе сотрудником УФАС 07.09.2010 установлено размещение заявителем рекламы магазина «Русалка», выполненной в стиле этикетки для емкости алкогольной продукции с указанием объема - 0,75 л и крепости напитка - 40%, над входной дверью магазина, расположенного по адресу: г.Нарьян-Мар, ул. 60 лет СССР, д. 10.

В отношении ООО «Север-Алко» ответчиком 17.09.2010 возбуждено дело № Р-07-2010 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Решением Комиссии по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе УФАС от 06.10.2010 указанная реклама признана ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пункта 5 части 2 и части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе, Закон № 38-ФЗ).

По факту допущенного правонарушения Управлением составлен протокол об административном правонарушении от 22.08.2011 № 09КР/14.3-2011 и вынесено постановление от 30.08.2011 по делу № 09КР/14.3-2011, которым ООО «Север-Алко» признано виновным в совершении правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП РФ), ему назначено наказание в виде штрафа в размере 100 000 руб.

Не согласившись с данным постановлением, Общество обратилось в суд с заявлением о признании его незаконным и отмене.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ 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 юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

В статье 3 Закона о рекламе в целях названного Закона 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.

Таким образом, для признания определенной информации рекламой необходимо наличие объекта рекламирования.

Объектом рекламирования является 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 (статья 3 Закона № 38-ФЗ).

В силу пункта 7 статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О

государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции» алкогольная продукция - пищевая продукция, которая произведена с использованием этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции, с содержанием этилового спирта более 1,5 процента объема готовой продукции. Алкогольная продукция подразделяется на такие виды, как питьевой этиловый спирт, спиртные напитки (в том числе водка), вино (в том числе натуральное вино).

Согласно требованиям пункта 4.19 ГОСТ Р 51074-2003 «Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования», утвержденных постановлением Госстандарта Российской Федерации от 29.12.2003 № 401-ст являющихся обязательными в силу пункта 1 статьи 46 Федерального закона от 27.12.2002 № 184-ФЗ «О техническом регулировании» на водке, ликеро-водочных изделиях и питьевом 95%-ный спирте должны быть указаны крепость в процентах (объемная доля этилового спирта) и объем.

В пункте 16 Информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» разъяснено, что информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Из материалов дела следует, что по своему содержанию реклама магазина «Русалка», выполненная в стиле этикетки для емкости алкогольной продукции с указанием объема - 0,75 л и крепости напитка - 40%, над входной дверью магазина, расположенного по адресу: г.Нарьян-Мар, ул.60 лет СССР, д.10 объединена совокупностью сообщений о потребительских свойствах предлагаемых к продаже товаров – алкогольной продукции и очевидно ассоциируется у потребителя с алкогольной продукцией в части указания в непосредственной близости друг от друга сведений - «0,75 л» и «40%» обязательно указываемых на водке, ликеро-водочных изделиях и питьевом 95%-ный спирте. По характеру распространения названная информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания, формирование или поддержание интереса к объектам рекламирования, способствует продвижению их на рынке, то есть обладает всеми признаками рекламы.

Общество в отношении указанной рекламы является рекламораспространителем,

Из пункта 4 статьи 3 Закона № 138-ФЗ следует, что ненадлежащей рекламой признается реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В пункте 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе предусмотрено, что 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.

Материалами дела подтверждается и Обществом не оспаривается, что наружная реклама алкогольной продукции распространялась с использованием рекламной конструкции, расположенной над входной дверью магазина по адресу: г. Нарьян-Мар, ул.60 лет СССР, д.10. Рекламная конструкция расположена таким образом, чтобы привлечь внимание именно к товару - алкогольной продукции.

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.

Каких либо объективных обстоятельств, препятствующих ООО «Север-Алко» в соблюдении требований Закона о рекламе, судом не установлено.

С учетом изложенного Арбитражный суд Архангельской области пришел к правильному выводу о наличии в действиях заявителя состава административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Довод подателя жалобы о том, что спорная конструкция является вывеской, отклоняется судом апелляционной инстанции.

В соответствии с пунктами 2 и 5 части 2 статьи 2 Закона № 38-ФЗ указанный Закон не распространяется на информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом; на вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера.

В силу статьи 9 Закона Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» потенциальный продавец товара или исполнитель работ, услуг для удовлетворения личных, семейных и бытовых потребностей гражданина обязан довести до сведения последнего фирменное наименование (наименование) своей организации, место ее нахождения (юридический адрес) и режим работы, разместив указанную информацию на вывеске.

Назначение информации такого характера состоит в извещении неопределенного круга лиц о фактическом местонахождении юридического лица и (или) обозначении места входа.

В отличие от рекламы, под которой по смыслу статьи 3 Закона № 38-ФЗ понимаются сведения, распространяемые исключительно для формирования и поддержания интереса к юридическому или физическому лицу, его товарам, идеям и начинаниям, указание юридическим лицом своего наименования на вывеске (табличке) по месту нахождения преследует иные цели и не может рассматриваться как реклама.

Такая позиция изложена в пункте 18 Информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37.

Как видно из материалов дела, и не оспаривается ответчиком, помимо

наименования магазина «Русалка», режима его работы, наименования юридического лица - общества «Север-Алко», указанная конструкция содержат информацию о продаваемых Обществом товарах, о чем свидетельствует надпись «0,75л» и «40%» с изображением бокала/рюмки, и установлена для привлечения интереса потенциальных покупателей. Следовательно, спорная конструкция отвечает приведенному выше понятию рекламы.

Дело рассмотрено судом первой инстанции полно и всесторонне, нормы материального и процессуального права не нарушены, выводы суда соответствуют имеющимся в деле доказательствам. Апелляционная жалоба удовлетворению не подлежит.

Руководствуясь статьями 269, 271 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, Четырнадцатый арбитражный апелляционный суд

п о с т а н о в и л :

решение Арбитражного суда Архангельской области от 14 октября 2011 года по делу № А05-9445/2011 оставить без изменения, апелляционную жалобу общества с ограниченной ответственностью «Север-Алко» – без удовлетворения.

Председательствующий

Т.В. Виноградова

Судьи

О.Ю. Пестерева

О.А. Тарасова