

Индивидуальному предпринимателю

<...>

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

о возбуждении дела № 31-Р-16 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

03 ноября 2016 года

г. Абакан

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Хакасия (далее – Хакасское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе ... – заместитель руководителя управления – начальник отдела антимонопольного законодательства и рекламы, рассмотрев материалы мониторинга наружной рекламы на предмет соблюдения требований законодательства Российской Федерации о рекламе,

УСТАНОВИЛ:

В ходе проведения Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Хакасия (далее – Хакасское УФАС России) мониторинга наружной рекламы на предмет соблюдения требований законодательства Российской Федерации о рекламе, выявлено распространение ИП <...> (далее – ИП <...>) рекламной информации, в виде баннера на ограждении входа в магазин «<...>» по адресу: <...> следующего содержания: «Аян. Джой на розлив» (далее – реклама).

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе 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.

Данная информация полностью подпадает под понятие – реклама, так как имеет все признаки вышеуказанных понятий.

Хакасским УФАС России ИП <...> были направлены запросы (исх. № 04-5240/КМ от 03.08.2016 г., исх. № 04-5976/КМ от 31.08.2016 г.) о предоставлении информации по размещению вышеуказанной рекламы. 25.10.2016 г. (вх. № 5913) от ИП <...>, поступил ответ в котором представлены следующие документы:

- копию договора № 35 от 05.07.2016 г. на изготовление наружной рекламы, заключенный между ИП <...> и <...> на изготовление и монтаж баннеров по адресу: <...>;
- копию акта № 35 выполненных работ по изготовлению и монтажу баннеров по адресу: <...> (исполнитель ИП <...>, заказчик <...>);
- копию макета спорной рекламы;
- копию товарного чека от 05.07.2016 г.

Согласно [статье 2](#) Федерального закона "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, произведенного 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 Правительством Российской Федерации.

Согласно сведениям с официального сайта Пивзавода «АЯН» (ссылка <http://www.ayan.ru/products/beer/joy/>) «Джой» - это непастеризованное светлое пиво, которое обладает чистым, полным вкусом и приятной хмелевой горечью, имеет золотистый цвет и стойкую пену. Содержание алкоголя в пиве «Джой» составляет 5,3 %.

Вышеизложенная реклама содержит название марки напитка (пиво «Джой»), которая содержит этиловый спирт более 0,5 процента объема готовой продукции и не входят в перечень исключений пищевой продукции, установленным Правительством Российской Федерации, таким образом относится к алкогольной продукции.

Данная реклама нарушает пункт 5 части 2 статьи 21 Федерального закона о рекламе.

Согласно пункту 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе, 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.

Согласно [части 1 статьи 19](#) Закона о рекламе к числу технических средств стабильного территориального размещения относятся: щиты, стенды, строительные сетки, перетяжки, электронные табло, проекционного и иного предназначения для проекции рекламы на любые поверхности оборудования, воздушные шары, аэростаты и иные технические средства стабильного территориального размещения (далее - рекламные конструкции), монтируемые и располагаемые на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.

При этом определяющим признаком для отнесения той или иной конструкции-рекламоносителя к числу технических средств стабильного территориального размещения, по смыслу указанной выше части [статьи 19](#) закона о рекламе, является невозможность перемещения и изменения положения в пространстве присоединенной к конструкции рекламы.

Из письма ФАС России от 20 февраля 2015 г. «О рекламе алкогольной продукции» реклама пива и напитков, изготавливаемых на основе пива (независимо от количества этилового спирта в готовой продукции, но более 0,5 процента объема готовой 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.

Таким образом, распространение рекламы алкогольной продукции, содержащей этиловый спирт более 0,5 процента объема готовой продукции которая не входит в перечень исключений пищевой продукции, установленным Правительством Российской Федерации: «Аян. Джой на розлив» на ограждении входа в магазин «<...>», осуществлено запрещенным способом.

Согласно части 7 статьи 38 Закона «О Рекламе», ответственность за нарушение пункта 5 части 2 статьи 21 несет рекламораспространитель.

В соответствии с [пунктом 7 статьи 3](#) Закона о рекламе, рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Деятельность в магазине «<...>» по адресу: <...> осуществляет ИП <...>

Таким образом рекламораспространителем рекламы является ИП <...>

На основании [пункта 2 части 1 статьи 33](#), [частей 1, 2 статьи 36](#) Закона о рекламе и в соответствии с [пунктами 20, 21](#) Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу № 31-Р-16 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

- лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – Индивидуальный предприниматель <...> (<...>).

3. Назначить дело № 31-Р-16 к рассмотрению **на 02 декабря 2016 года в 10 часов 00 минут** по адресу: г. Абакан, ул. Вяткина 3, каб. 303.

4. ИП <...> в срок до **28 ноября 2016 года** предоставить в адрес Хакасского УФАС России следующие документы и сведения:

- копию свидетельства о регистрации в качестве Индивидуального предпринимателя;

- копии правоустанавливающих документов, подтверждающих факт осуществления предпринимательской деятельности в магазине «<...>» по адресу: <...>;

- письменные пояснения по поводу распространения ненадлежащей рекламы;

- иные документы и сведения по Вашему усмотрению.

Информацию прошу направить на электронный почту to19@fas.gov.ru с досылкой по почте РФ.

Непредставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренной законодательством о рекламе, а равно представление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде, представление недостоверных сведений (информации) – влечет административную ответственность по части 6 статьи 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Явка <...> – лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна.

