

Индивидуальному предпринимателю

<...>

### **РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ 6-Р-16**

Резолютивная часть решения оглашена 12.05.2016

г. Абакан

В полном объеме решение изготовлено 16.05.2016

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Хакасия (далее – Хакасское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель Комиссии: <...> – заместитель руководителя – начальник отдела антимонопольного законодательства и рекламы;

<...> – главный специалист-эксперт отдела антимонопольного законодательства и рекламы управления;

Члены Комиссии:

<...> – ведущий специалист-эксперт отдела антимонопольного законодательства и рекламы;

<...> – специалист-эксперт отдела антимонопольного законодательства и рекламы управления;

рассмотрев дело № 6-Р-16, возбужденное в отношении Индивидуального предпринимателя <...> по признакам нарушения пункта 5 части 2 статьи 21

Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), выразившегося в распространении ИП <...> рекламы в виде баннера, и объемных букв, размещенных на фасаде магазина «Jager Burger», находящегося по адресу г. Абакан, ул. Торговая, д. 14, следующего содержания: «Объемные буквы с фирменным наименованием пива «JAGER», баннер с фирменным наименованием пива «Jager», в море (далее слово закрыто) выбери лучшее, на фоне наполненного бокала пенного напитка».

В присутствии представителя ответчика – <...>

, действующей на основании доверенности № 19 АА 0263606, выданной сроком до 12.08.2017 г.,

### **УСТАНОВИЛА:**

В ходе проведения Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Хакасия мониторинга наружной рекламы на предмет соблюдения требований законодательства Российской Федерации о рекламе, выявлено распространение рекламы в виде баннера, и объемных букв, размещенных на фасаде магазина «Jager Burger», расположенного по адресу г. Абакан, ул. Торговая, д. 14, следующего содержания:

«Объемные буквы с фирменным наименованием пива «JAGER», баннер с фирменным наименованием пива «Jager», в море (далее закрыто предположительно слово «пива») выбери лучшее, на фоне наполненного бокала пенного напитка» (далее – реклама).

В соответствии с поисковым запросом слова «Ягер» на интернет – сайте [www.google.ru](http://www.google.ru) поисковая система в первых трех результатах выдает одинаковый сайт с наименованием: [yager-beer.ru](http://yager-beer.ru), в котором указано, что «Ягер» - это марка живого нефильтрованного пива, Абаканской компании производителя ООО «Ягер».

В адрес предпринимателя, осуществляющего деятельность в магазине «Jager Burger», был направлен запрос (от 24.03.2016 года исх. № 04-1630/КМ) о предоставлении информации в антимонопольный орган.

На данный запрос поступил ответ (от 06.04.2016 года вх. № 1707) в котором указано, что ИП <...> осуществляет свою деятельность в нежилом помещении по адресу: г. Абакан, ул. Торговая, д. 14-111Н, согласно договору аренды нежилого помещения от 16.07.2014 года по настоящее время. Также в письменных пояснениях указано, что рассматриваемая реклама не устанавливалась ИП <...>. По данным предпринимателя реклама была монтирована более пяти лет назад, соответственно, на момент установки рекламы ИП <...> не осуществлял свою деятельность по вышеуказанному адресу и не имеет документов по размещению данной рекламы. ИП <...> указал, что баннер, размещенный на фасаде магазина «Jager Burger», находящийся по адресу г. Абакан, ул. Торговая, д. 14, демонтирован 05.04.2016 года, однако, доказательств данного обстоятельства не представлено.

Изучив полученные материалы, Хакасское УФАС России усмотрело признаки

нарушения пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

Определением от 12.04.2016 г. возбуждено дело 6-Р-16 по признакам нарушения Закона о рекламе в отношении ИП <...>, рассмотрение дела назначено на 12.05.2016 г.

29.04.2016 г. в Хакасское УФАС России от ИП <...> поступили следующие материалы: копия свидетельства о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя, свидетельство о постановке на учет физического лица в налоговом органе, доказательство в виде представленной фотографии о демонтаже баннера с фирменным наименованием пива «Jager».

Также представлены письменные пояснения, в которых указано, что ИП <...> данный баннер не заказывался и не устанавливался.

На заседании комиссии 12.05.2016 г. представитель ИП <...> – гражданка <...> относительно возбужденного дела пояснила следующее.

Помещение торговой точки снимается в аренду с оборудованием, находящимся внутри, и рекламой, расположенной на фасаде магазина. ИП <...> просил разрешения у собственника данного помещения демонтировать рассматриваемую рекламу, на что собственник ему отказал. Арендодатель рассматриваемого нежилого помещения не имеет никакого отношения к торговле пивом в данной торговой точке. Договор с поставщиками пива заключен ИП <...> Положений об ответственности за нарушения Закона о рекламе в договоре аренды не прописаны. Ответчик согласился с Комиссией, что рассматриваемая реклама имеет признаки нарушения Закона о рекламе.

Согласно письму ФАС России от 24.01.2011 г. № АК/1829 «О разграничении понятий вывеска и реклама» если реклама позволяет выделить изображение единицы продукции конкретного вида товара (фирменное наименование пива «Ягер»), то такое изображение признается рекламой соответствующего товара, и к нему применяются требования Закона о рекламе.

Данная реклама имеет признаки нарушения пункта 5 части 2 статьи 21 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.

При этом, согласно [части 3 статьи 21](#) Закона о рекламе реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства). Данное требование применяется к любым способам распространения рекламы любой алкогольной продукции.

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.

Из письма ФАС России от 20 февраля 2015 г. «О рекламе алкогольной продукции» следует, что 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.

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: «Ягер», размещенной на фасаде магазина «Jager Burger», расположенного по адресу г. Абакан, ул. Торговая, д. 14, осуществлено запрещенным способом.

Согласно пункту 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно части 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение пункта 5 части 2 статьи 21 несет рекламодатель.

Комиссия Хакасского УФАС России, рассмотрев материалы дела, пришла к следующим выводам.

На момент проведения мониторинга антимонопольным органом наружной рекламы на предмет соблюдения требований законодательства Российской Федерации о рекламе деятельность в вышеуказанной торговой точке осуществлял ИП <...>, что подтверждается следующими материалами дела:

- письменными пояснениями от 06.04.2016 г.;
- договором аренды нежилого помещения от 10.07.2015;
- фотоснимками уголка потребителя.

Таким образом, вышеизложенное подтверждает, что ИП <...> является рекламодателем рассматриваемой рекламы.

Вышеуказанная реклама, размещенная по адресу г. Абакан, ул. Торговая, д. 14, магазин «Jager Burger», является ненадлежащей и нарушающей пункт 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе, так как вышеуказанная реклама алкогольной продукции (пива «Jager»), размещается с использованием технического средства стабильного территориального размещения (рекламной конструкции), монтируемой и располагаемой на внешней стене здания.

Как указано выше 29.04.2016 г. ИП <...> были представлены доказательства в виде представленной фотографии о демонтаже рекламного баннера с фирменным наименованием пива «Jager». Однако, доказательств о демонтаже рекламы в виде объемных букв с фирменным наименованием пива «JAGER» в материалы дела по настоящее время не представлено.

Поскольку в материалах дела отсутствуют доказательства того, что в настоящее время рассматриваемая реклама не распространяется, то комиссия приходит к выводу о наличии оснований для выдачи предписания об устранении нарушения законодательства о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

### **РЕШИЛА:**

1. Признать рекламу следующего содержания: «Объемные буквы с фирменным наименованием пива «JAGER», баннер с фирменным наименованием пива «Jager», в море (далее слово закрыто) выбери лучшее, на фоне наполненного бокала пенного напитка», размещенную на фасаде магазина «Jager Burger», находящегося по адресу г. Абакан, ул. Торговая, д. 14 ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

2. Выдать ИП <...> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Хакасского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии:

<...>

<...>

Члены Комиссии:

<...>

<...>