

Ответчику –

Индивидуальному
предпринимателю

<...>

г. Черногорск, Республика
Хакасия, 655150

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ 2-Р-16

Резолютивная часть решения оглашена 20.04.2016

г. Абакан

В полном объеме решение изготовлено 21.04.2016

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: Темерева Т.В. – заместитель руководителя –
начальник отдела антимонопольного
законодательства и рекламы;
Тукачева А.А. – главный специалист-эксперт
отдела антимонопольного законодательства и
рекламы управления; (отсутствует)

Члены Комиссии: Марова О.О. – ведущий специалист-эксперт
отдела антимонопольного законодательства и
рекламы;
Морозов К.И. – специалист-эксперт отдела
антимонопольного законодательства и рекламы
управления;

рассмотрев дело № 2-Р-16, возбужденное в отношении Индивидуального предпринимателя <...> по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5, пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), выразившегося в размещении ИП <...> рекламы табака, а также рекламы пива над входом в магазин «Жигули», находящегося по адресу г. Абакан, ул. Некрасова, 21 следующего содержания: «Дешевле табака не найти», световой короб с логотипом пива марки Carlsberg by appointment to the royal Danish court».

В присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ИП <...>

УСТАНОВИЛА:

В ходе проведения Хакасским УФАС России мониторинга наружной рекламы на предмет соблюдения требований законодательства Российской Федерации о рекламе выявлено распространение ИП <...> рекламы табака, а также пива (над входом в магазин «Жигули», находящегося по адресу г. Абакан, ул. Некрасова, 21) следующего содержания: «Пивной, «дешевле табака не найти», далее снизу слева плафон округлой формы в виде светового короба с логотипом пива марки Carlsberg by appointment to the royal Danish court, жили – были жигули» (далее – реклама).

Информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например, путем употребления слов: "самый", "дешевле", "лучший", "первый", "номер один", должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение. В рассматриваемом случае реклама «дешевле табака не найти» не имеет объективного подтверждения.

Данная реклама содержит признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, согласно которой реклама считается недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

Кроме того, над входом в магазин «Жигули» размещена реклама пива плафон округлой формы в виде светового короба с логотипом пива марки «Carlsberg» by appointment to the royal Danish court, который надежно прикреплен к крыше магазина металлической конструкцией.

«Carlsberg» – пивоваренная компания, выпускающая алкогольную продукцию (далее – пиво) под одноименной маркой, а также другие марки пива.

Указанная 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.

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.

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.

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.

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, «Carlsberg by appointment to the royal Danish court» на крыше входа в пивной магазин «Жигули», осуществлено запрещенным способом.

Согласно части 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение пункта 1 части 3 статьи 5 несет рекламодатель.

Согласно части 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение пункта 5 части 2 статьи 21 несет рекламораспространитель. Рекламодателем и рекламораспространителем определен ИП <...>

Определением от 25.02.2016 г. возбуждено дело 2-Р-16 по признакам нарушения Закона о рекламе в отношении ИП <...> рассмотрение дела назначено на 29.03.2016 г.

В назначенное время лицо, в отношении которого усмотрены признаки нарушения Закона о рекламе, участвующее в деле, на рассмотрение дела не явилось.

Комиссией было принято решение о необходимости отложения рассмотрения данного дела в связи с необходимостью получения антимонопольным органом дополнительных доказательств.

Определением об отложении и продлении срока рассмотрения дела № 2-Р-16 от 29.03.2016 г., рассмотрение назначено на 20.04.2016 г. В назначенное время

ответчик, сведения о надлежащем уведомлении имеются, явился на рассмотрение дела.

На рассмотрении дела ИП <...> предоставила письменные пояснения, в которых указала, что по предприниматель сама изготовила и разместила вышеуказанную рекламу над входом в магазин «Жигули», где осуществляла предпринимательскую деятельность по адресу: г. Абакан, ул. Некрасова, д. 21. О том, что реклама является ненадлежащей ИП <...> не знала. Договора на изготовление и акт выполненных работ не имеется. Соответственно, запрашиваемых в определении от 29.03.2016 г. документов не имеется, и предоставить их ИП <...> не имеет возможности.

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

ИП <...> является рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой ненадлежащей рекламы, указанное обстоятельство подтверждается фотоснимком уголка потребителя магазина «Жигули» где указано, что ИП <...> осуществляет предпринимательскую деятельность в данном магазине; также в письменных пояснениях, ИП <...> указывает, что не знала о том, что размещенная вышеуказанная реклама, является ненадлежащей. Кроме того, на заседании комиссии ИП <...> согласилась с тем, что распространяемая ей реклама является ненадлежащей и сообщила, что ей уже принято решение о демонтаже указанной рекламы, а также аналогичной рекламы в другом своем магазине, находящемся в г. Абазе.

Вышеуказанная реклама размещенная по адресу г. Абакан, ул. Некрасова, д. 21, магазин «Жигули», является ненадлежащей и нарушающей пункт 5 части 2 статьи 21, пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, так как вышеуказанная реклама алкогольной продукции, размещается с использованием технического средства стабильного территориального размещения (рекламной конструкции), монтируемой и располагаемой на внешней стене здания; а также реклама утверждение «дешевле табака не найти» содержит сведения о преимуществах табака перед находящимися в обороте аналогичными товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами не соответствует действительности, так как в деле не представлены доказательства данного утверждения.

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: «Дешевле табака не найти», световой короб с логотипом пива марки Carlsberg by appointment to the royal Danish

court», размещенной над входом в магазин «Жигули», находящийся по адресу г. Абакан ул. Некрасова, д. 21 ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 3 статьи 5, 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 изготовлено в полном объеме 21 апреля 2016 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии:

Т.В. Темерева

Члены Комиссии:

(отсутствует)

А.А. Тукачева

О.О. Марова

К.И. Морозов