

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе <...> – (должностное лицо), рассмотрев материалы дела в отношении <...> по факту использования ТС, с текстом рекламы: «ФИТНЕС КЛУБ ReForma ХОЧУ ТЕБЯ...КОНЧАЙ...У ТЕБЯ БОЛЬШИЕ...ДАВАЙ ЗАЙМЕМСЯ», на предмет соблюдения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»),

УСТАНОВИЛ:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Управление) поступило заявление Управления наружной рекламы и информации Исполнительного комитета муниципального образования города Казани (вх. №18084 от 08.11.2019) по факту использования исключительно или преимущественно в качестве рекламной конструкции автомобиля государственный регистрационный знак Т679ОВ 116, с текстом рекламы: «ФИТНЕС КЛУБ ReForma ХОЧУ ТЕБЯ...КОНЧАЙ...У ТЕБЯ БОЛЬШИЕ... ДАВАЙ ЗАЙМЕМСЯ», что имеет признаки нарушения Федерального закона от 13 марта 2006г. № 38-ФЗ «О рекламе».

В пункте 1 статьи 3 Закона «О рекламе» дано понятие рекламы — 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.

Информация, распространяемая на транспортном средстве, имеет все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; преследует строго заданные цели информирования: продвижение на рынке, призвана формировать и поддерживать интерес к услугам и товарам, предоставляемые соответствующим рекламодателем.

Согласно части 6 статьи 5 Закона «О рекламе», в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия.

В соответствии с Письмом ФАС России от 29.04.2013 №АД/17355/13 «О порядке применения части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе», к непристойным образам, сравнениям, выражениям могут быть отнесены такие слова и изображения, которые нарушают общепринятые нормы и принципы поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности.

При решении вопроса о соответствии той или иной рекламной информации требованиям части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» такую информацию следует оценивать в совокупности с обстоятельствами ее размещения (например, место расположения рекламной конструкции с учетом близости к учреждениям культуры, объектам культа, кладбищам и т.п.).

Спорная реклама призвана стимулировать интерес к фитнес клубу «ReForma»,

размещается в публичном месте, вдоль дороги на баннере, монтированном на транспортное средство напротив данного фитнес клуба. С учетом того, что спортивный клуб могут посещать лица различного возраста, в том числе дети, данная реклама может восприниматься неоднозначно.

Слово «непристойный» согласно Толковому словарю русского языка С.И. Ожегова означает «неприличный, бесстыдный». Слово «бесстыдный» согласно вышеуказанному словарю означает противоречащий общественной морали, непристойный. «Неприличный» противоречащий правилам приличия. «Приличие» правило поведения, благопристойности.

Реклама изготовлена таким образом, что текст рекламы «ФИТНЕС КЛУБ ReForma ХОЧУ ТЕБЯ...КОНЧАЙ...У ТЕБЯ БОЛЬШИЕ...ДАВАЙ ЗАЙМЕМСЯ» выделен увеличенным ярким шрифтом на тёмно-бордовом фоне.

Данное автотранспортное средство с вышеуказанной рекламной конструкцией расположено в г. Казани, ул. Васильченко, 20.

В соответствии с ответом ПАО «МТС», номер <...> указанный в рекламе <...> принадлежит <...>.

В соответствии с частью 2 статьи 20 Закона «О рекламе» использование транспортных средств исключительно или преимущественно в качестве передвижных рекламных конструкций, в том числе переоборудование транспортных средств для распространения рекламы, в результате которого транспортные средства полностью или частично утратили функции, для выполнения которых они были предназначены, переоборудование кузовов транспортных средств с приданием им вида определенного товара, запрещается.

Согласно пункту 1 Письма ФАС России от 02.05.2012 №АК/13623 «О рекламе на транспортных средствах и квалификации информации, размещенной на сайте» в части 2 статьи 20 Федерального закона «О рекламе» использование транспортных средств исключительно или преимущественно в качестве передвижных рекламных конструкций запрещается.

Таким образом, запрещается использование транспортных средств только для целей распространения рекламы (исключительно в целях рекламной конструкции), а также преимущественно для данных целей, однако с сохранением возможности его использования для иных изначальных целей.

Под указанный запрет подпадает использование транспортного средства, основным предназначением которого является распространение рекламы (в том числе создание транспортного средства в виде определенного товара), а также переоборудование транспортного средства с частичной утратой тех функций, для выполнения которых оно было создано изначально.

Кроме того к преимущественному использованию транспортного средства в качестве рекламной конструкции можно отнести случаи, когда транспортное средство, на котором размещена реклама, в течение длительного времени стоит на одном месте без передвижения.

В соответствии с Письмом ФАС России от 20.05.2013 №АК/19504/13 «О внесении изменений в ФЗ «О рекламе» и КоАП РФ» в части 2 статьи 20 Закона «О рекламе» приведен один из видов использования транспортных средств исключительно или преимущественно в качестве передвижных рекламных конструкций -

переоборудование транспортных средств для распространения рекламы, в результате которого транспортные средства полностью или частично утратили функции, для выполнения которых они были предназначены, переоборудование кузовов транспортных средств с приданием им вида определенного товара, запрещается.

Из положения части 7 статьи 38 Федерального Закона «О рекламе» следует, что за нарушение требований, установленных частью 2 статьи 20 Закона «О рекламе» несет ответственность рекламодатель, т.е. <...>.

Ввиду изложенного и на основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», а также в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ОПРЕДЕЛИЛ:

Возбудить производство по делу №016/05/5-2169/2019 по признакам нарушения части 6 статьи 5, части 2 статьи 20 Закона «О рекламе».

Назначить дело №016/05/5-2169/2019 к рассмотрению на 15 января 2020 года в 11 ч. 30 мин. по адресу: г. Казань, ул. Московская, д.55, 2-й этаж, зал заседаний.

Признать лицом, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе <...>.

4. <...> в срок до 13 января 2020 года (включительно) представить в Управление (с дублированием на электронные почтовые адреса: to16@fas.gov.ru, to16-<...>@fas.gov.ru (включительно) надлежащим образом следующие заверенные копии документов и сведений:

документы подтверждающие личность (паспорт);

информация о рабочей деятельности <...>;

копии договоров на изготовление, размещение вышеуказанной рекламы, с приложением документов, подтверждающих исполнение указанного договора (акт выполненных работ, счет на оплату, платежное поручение);

документы, подтверждающие владение вышеуказанным транспортным средством (технический паспорт <...> ПТС, договор купли-продажи ТС и т.д.)

иные документы и сведения, имеющие значение для дела, при наличии возражений – нормативное и документальное их обоснование.

В случае, если какие-либо пункты не реализованы (отсутствуют), указать мотивированную причину отсутствия данных документов или сведений.

Непредставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных законодательством о рекламе, а равно представление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо представление недостоверных сведений (информации) влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двух тысяч до десяти тысяч рублей; на юридических лиц - от двадцати тысяч до двухсот тысяч рублей.

Явка <...> в чьих действиях содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе обязательна.

(ДОЛЖНОСТНОЕ ЛИЦО)

<...>