

О признании рекламы ненадлежащей

**ИП И.<...>**

<...>

**ООО «Фаворит»**

430006, Республика Мордовия,

г. Саранск, ул. Лодыгина, д. 8А

**ИП А<...>.**

<...>

**Заявителю В.**

## **РЕШЕНИЕ**

**по делу №052/05/19-727/2023**

г. Нижний Новгород

Резолютивная часть решения объявлена 25 мая 2023 года.

Решение в полном объеме изготовлено 29 мая 2023 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе в составе:

<...> - <...>

<...> - <...>

<...> - <...>

рассмотрев дело, возбужденное в отношении Общества с ограниченной ответственностью «Фаворит» (ИНН 1326222040, ОГРН 1121326001610), с последующим привлечением к участию в рассмотрении дела в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения части 3.2 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» - ИП И<...>, а также ИП А<...> в качестве лица, располагающего сведениями о рассматриваемых обстоятельствах, в отсутствие сторон,

## **УСТАНОВИЛА:**

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области поступило обращение потребителя рекламы В. (Нижегородское УФАС России не

располагает согласием физического лица на использование его персональных данных) по поводу звуковой рекламы, распространенной в городе Нижнем Новгороде по адресу: ул. Народная, д.36А.

В связи с тем, что местом регистрации ООО «Фаворит» является город Саранск, на основании пункта 6 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 №1922, Нижегородское УФАС России ходатайствует перед Федеральной антимонопольной службой о наделении полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела в отношении ООО «Фаворит».

28.03.2023 ФАС России наделила Нижегородское УФАС России соответствующими полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела, в том числе, в отношении ООО «Фаворит».

30.03.2023 Нижегородским УФАС России возбуждено дело №052/05/19-727/2023 по признакам нарушения части 3.2 статьи 19 ФЗ «О рекламе».

Рассмотрение дела по существу состоялось 25.05.2023 в 10 часов 20 минут посредством проведения видеоконференцсвязи.

**Изучив материалы дела, Комиссия Нижегородского УФАС России приходит к следующим выводам.**

Как следует из обращения, по адресу: г. Нижний Новгород, ул. Народная д.36а (трамвайная остановка «Микрорайон Бурнаковский») непрерывно транслируется звуковая реклама следующего содержания: *«Пекарня Купеческая, горячий хлеб и аппетитная сдоба, прямо сейчас. «Много начинки, сочная мякоть и неповторимый аромат, пекарня Купеческая предлагает вам пирог с капустой, золотистая поджарка и много-много капусты внутри, откуси один кусочек и остановиться невозможно. Пекарня Купеческая, аппетитная снаружи, аппетитная внутри. Пекарня Купеческая, скидка 30% на все с 19:30 и до закрытия, ждем Вас» а также «Загляни в пекарню Купеческая и почувствуй аромат французского утра, свежее испеченного хлеба и багета, кусочек багета особый станет замечательным началом трудового дня. Пекарня Купеческая совершенство в каждом воспроизведении. Пекарня Купеческая, свежая выпечка здесь и сейчас».*

По данному факту составлены Акты наблюдений от 14.03.2023 и 19.04.2023.

Согласно пункту 1 статьи 3 ФЗ «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 ФЗ «О рекламе» объект рекламирования — товар, средство 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, пункт 3 этой же статьи определил, что товар — продукт деятельности (в том числе работа,

услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования, и о которых заранее, неизвестно откликнутся ли они на рекламное сообщение (например, приобретут ли рекламируемый товар).

Информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования - Пекарне «Купеческая», товарами являются хлебобулочные изделия, реализуемые в пекарне.

Таким образом, информация содержит все признаки указанные в пункте 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе», а, следовательно, является рекламой.

В соответствии с частью 3.2 статьи 19 ФЗ «О рекламе» распространение звуковой рекламы с использованием звукотехнического оборудования, монтируемого и располагаемого на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений, не допускается.

В соответствии с указанной нормой запрещается распространение звуковой рекламы, транслируемой с использованием звукотехнического оборудования, которое монтируется и располагается на любых зданиях, строениях, сооружениях, с их внешней стороны. При этом законодатель не ограничивает действие нормы только зданиями, строениями или сооружениями, которые относятся к недвижимому имуществу. Соответственно, в случае размещения звукотехнического оборудования, транслирующего рекламу, на внешних стенах или конструктивных элементах строения или сооружения, которое не относится к недвижимому имуществу, такая реклама также будет нарушать положения части 3.2 статьи 19 Федерального закона «О рекламе».

Вместе с тем согласно части 1 статьи 19 Федерального закона «О рекламе» наружной рекламой признается реклама, распространенная с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, проекционного и иного предназначенного для проекции рекламы на любые поверхности оборудования, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения (далее — рекламные конструкции), монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта.

Данная норма содержит указание на «иные технические средства стабильного территориального размещения», допуская возможность отнесения к рекламным конструкциям определенные технические средства, не перечисленные непосредственно в части 1 статьи 19 Федерального закона «О рекламе».

К иным техническим средствам стабильного территориального размещения следует относить любые конструкции, предназначенные для распространения рекламы, которые размещены стационарно, прочно связаны с землей, зданиями, строениями и сооружениями (т.е. с объектами недвижимого имущества) и не предназначены для перемещения.

Таким образом, звукотехническое оборудование, с использованием которого осуществляется распространение звуковой рекламы, стационарно, прочно закрепленное на объекте недвижимого имущества и не предназначенное для перемещения, должно относиться к рекламной конструкции в виде «иного технического средства стабильного территориального размещения».

Таким образом, звукотехническое оборудование, закрепленное на здании, расположенном по адресу: г. Нижний Новгород, ул. Народная д.36а, является рекламной конструкцией.

Следовательно, рекламная информация, распространяемая посредством звуковоспроизводящих устройств (динамиков), размещенных над центральным входом в помещение «Пекарня Купеческая» по адресу: г. Нижний Новгород, ул. Народная д.36а, противоречит части 3.2 статьи 19 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частью 3.2 статьи 19 ФЗ «О рекламе», несет рекламораспространитель.

Согласно пункту 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

На входной двери пекарни, расположенной по адресу: г. Нижний Новгород, ул. Народная, д. 36А, указана следующая информация: *«Пекарня Купеческая. Режим работы 8:00-21:00. Без перерывов. Без выходных. Выпечка ручной работы. ООО «Фаворит» 430006, Республика Мордовия, г. Саранск, ул. Лодыгина, д. 8А».*

В отзыве по делу (вх.№9681/23 от 13.04.2023) ООО «Фаворит» сообщило, что Общество не осуществляет деятельность по адресу: г. Нижний Новгород, ул. Народная, д.36А. Договор аренды от 17.07.2019 торгового павильона площадью 100 кв.м. между Арендодателем — ИП А<...>. и Арендатором — ООО «Фаворит» расторгнут 21.08.2022.

В материалы дела ООО «Фаворит» представило Соглашение о досрочном расторжении договора аренды №б/н от 17.07.2019.

Исходя из информации, размещенной на кассовом чеке, выданном при совершении покупки в пекарне «Купеческая», деятельность по адресу: г. Нижний Новгород, ул. Народная д.36а, осуществляет ИП И<...>.

Таким образом, рекламораспространителем является ИП И<...>.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Исходя из изложенного, Комиссия Нижегородского УФАС России приходит к выводу о том, что реклама, распространенная ИП И<...>., является ненадлежащей, противоречащей требованиям части 3.2 статьи 19 ФЗ «О рекламе».

В связи с тем, что доказательства прекращения распространения ненадлежащей рекламы отсутствуют, Комиссия считает необходимым выдать

рекламораспространителю — ИП И<...> предписание об устранении выявленного нарушения.

Руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», и в соответствии с пунктами 43-49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 №1922, Комиссия

#### **РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащей рекламу *«Пекарня Купеческая, горячий хлеб и аппетитная сдоба...»*, распространенную ИП И<...>. посредством звукотехнического оборудования, поскольку она противоречит требованиям части 3.2 статьи 19 ФЗ «О рекламе».

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

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

<...>