

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

о возбуждении дела № **075/05/19-559/2020** по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

07 сентября 2020 года

г. Чита

Председатель Комиссии Забайкальского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе – Руководитель Забайкальского УФАС России (далее - Управление), рассмотрев материалы, указывающие на признаки нарушения ООО «Компьютер плюс» и ООО «Престиж» части 2 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛ:

В Забайкальское УФАС России поступило заявление Комитета градостроительной политики по вопросу незаконного размещения информации, расположенной по адресам: г. Чита, конструкция №12 ул. Амурская, конструкция №15 ул. Ленинградская-, конструкция №32 ул. Бутина в районе строения № 115, ул.Чкалова в районе строения № 139, № 49 ул. Красной Звезды, № 35 ул. Ленина (текст информации следующего содержания: «Сапог всё таки дырявый? Может пора его менять? В рамках социальной рекламы «Мы за качественные дороги, тротуары, чтобы не изнашивалась обувь»), содержащей признаки нарушения статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный Закон о рекламе, Закон о рекламе). Сноска про качественные дороги выполнена в цветовой гамме фона баннера, мелким шрифтом и не подлежит прочтению с учетом размещения конструкций- около проезжей части дорог.

Исходя из представленной информации рекламные конструкции: № 12 ул. Амурская принадлежит ООО «Компьютер плюс», а конструкции №6 Чкалова; № 39 ул. Новобульварная; № 49 ул. Красной Звезды; № 15 ул. Ленинградская; № 32 ул. Бутина в районе строения № 115; № 115 ул. Чкалова в районе строения № 139, № 35 ул. Ленина принадлежит ООО «Престиж».

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме, 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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Федерального 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.

Пункт 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» содержит определение товара, согласно которому товар - это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В соответствии с пунктом 11 статье 3 Закона о рекламе, социальная реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме и использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства.

Таким образом, законодательство РФ предусматривает разные виды информации, адресованной для неопределенного круга лиц, - рекламу и социальную рекламу.

В соответствии с Законом о рекламе, социальная реклама представляет общественные и государственные интересы и направлена на достижение определенных, целей, а также как способ привлечения внимания к актуальным социальным проблемам, привлечение внимания к социально значимой информации, нравственным ценностям.

Текст размещенной информации не позволяет четко вычислить цель, выявить посыл и тематику, а также определить тему повествования. В рассматриваемом случае, информация, размещенная на рекламных конструкциях, не преследует собой цель содействия патриотическому, духовно-нравственному воспитанию детей и молодежи, равно как и благотворительной деятельности и иных общественно полезных целей, то есть не является социальной рекламой, а также указанная на конструкциях информация не является рекламой, не преследует цели извлечения прибыли и не носит коммерческий характер.

В соответствии со статьей 19 Закона о рекламе распространение наружной рекламы 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 осуществляется владельцем рекламной конструкции, являющимся рекламораспространителем, с соблюдением требований настоящей статьи. Владелец рекламной конструкции (физическое или юридическое лицо) - собственник рекламной конструкции либо иное лицо, обладающее вещным правом на рекламную конструкцию или правом владения и пользования рекламной конструкцией на основании договора с ее собственником.

Согласно пункту 2 статьи 19 Закона о рекламе рекламная конструкция должна использоваться исключительно в целях распространения рекламы, социальной

рекламы.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» Закона о рекламе рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частями 2 - 4 и 9 статьи 19 Закона о рекламе.

В данном случае рекламодателем выступает ООО «Компьютер плюс» ИНН 756069328 и ООО «Престиж» ИНН 5038132439 (разрешения на установку и эксплуатации рекламных конструкций в материалах дела имеются) заключившие договор на оказание услуг.

На основании вышеизложенного следует, что в действиях ООО «Компьютер плюс» и ООО «Престиж» содержатся признаки нарушения части 2 статьи 19 Закона о рекламе.

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, утвержденных постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу № **075/05/19-559/2020** по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
2. **Признать лицами, участвующими в деле:**

-заявитель - Комитет градостроительной политики Администрации городского округа «Город Чита»

-лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе- ООО «Компьютер плюс» и ООО «Престиж».

3. Назначить дело к рассмотрению **на 07 октября 2020 года в 14 часов 15 минут по адресу: г. Чита, ул. Лермонтова, 14, каб. 2.**

5. Явка законных представителей с надлежащим образом заверенными доверенностями на участие в рассмотрении дела обязательна.

6 . **ООО «Компьютер плюс» и ООО «Престиж» в срок до 02 октября 2020 года представить:**

- письменные пояснения по признакам нарушения положений законодательства о рекламе, иные письменные пояснения, способствующие всестороннему и объективному рассмотрению дела.

Одновременно напоминаем, что в соответствии с частью 6 статьи 19.8 КоАП 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.

Председатель Комиссии