



У П Р А В Л Е Н И Е Ф Е Д Е Р А Л Ь Н О Й А
П О Р Е С П У Б Л И К Е К О М И
О П Р

О ПРЕКРАЩЕНИИ ПРОИЗВОДСТВА ПО ДЕЛУ № Р 16-07/17

16 октября 2017 года

№ 03-01/9906

Сыктывкар

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

<...>;

рассмотрев дело № Р 16-07/17, возбужденное в отношении Индивидуального предпринимателя <...> (далее – ИП <...>) по факту распространения рекламы кожаных курток, дубленок и плащей на опоре знака дорожного движения, с признаками нарушения требований ч. 3 ст. 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

- в отсутствие заявителя, надлежащим образом извещенного о времени и месте рассмотрения рекламного дела (соответствующие доказательства имеются в материалах рекламного дела),

- в отсутствие ИП <...>,

УСТАНОВИЛА:

1. Коми УФАС России в целях извещения ИП <...> о времени и месте рассмотрения рекламного дела направило 26.09.2017 по адресу его места жительства заказным письмом с уведомлением о вручении копию определения об отложении рассмотрения дела № Р 16-07/17 от 25.09.2017.

Уведомление о вручении адресату указанного письма в Коми УФАС России на момент рассмотрения дела не вернулось. В сервисе отслеживания почтовых отправлений сайта «Почта России» (<https://www.pochta.ru/TRACKING>) по указанному отправлению размещена запись от 03.10.2017 «неудачная попытка вручения».

Письма Коми УФАС России № 03-01/6875 от 19.07.2017, № 03-01/8016 от 21.08.2017, направленные в адрес ИП <...> ранее по делу № Р 16-07/17, вернулись 05.09.2017 и 12.10.2017 в связи с истечением срока хранения.

Пленум Верховного Суда РФ в пунктах 67, 68 Постановления от 23.06.2015 № 25 «О применении судами некоторых положений раздела I части первой Гражданского кодекса Российской Федерации» указал следующее. Юридически значимое сообщение считается доставленным и в тех случаях, если оно поступило лицу, которому оно направлено, но по обстоятельствам, зависящим от него, не было ему вручено или адресат не ознакомился с ним (пункт 1 статьи 165.1 ГК РФ). Например, сообщение считается доставленным, если адресат уклонился от получения корреспонденции в отделении связи, в связи с чем она была возвращена по истечении срока хранения. Статья 165.1 ГК РФ подлежит применению также к судебным извещениям и вызовам, если гражданским процессуальным или арбитражным процессуальным законодательством не предусмотрено иное.

В силу ст. 118 ГПК РФ лица, участвующие в деле, обязаны сообщить суду о перемене своего адреса во время производства по делу. При отсутствии такого сообщения судебная повестка или иное судебное извещение посылаются по последнему известному суду месту жительства или месту нахождения адресата и считаются доставленными, хотя бы адресат по этому адресу более не проживает или не находится.

Срок рассмотрения дела № Р 16-07/17 Комиссией был продлен до 19.10.2017. В связи с вышеизложенным, учитывая ограниченные сроки рассмотрения рекламного дела, применяя по аналогии ст. 118 ГПК РФ, Комиссия считает ИП <...> надлежащим образом извещенным о времени и месте рассмотрения рекламного дела № Р 16-07/17.

2. В Коми УФАС России поступило обращение гражданина от 18.05.2017 (вх.

№ Г-82 от 19.05.2017).

Заявитель указывает, что на опоре знака дорожного движения, расположенного в районе домов № <...> и № <...> по <...>, распространена реклама кожаных курток, дубленок и плащей с нарушением требований Закона о рекламе.

По результатам рассмотрения указанного заявления принято решение о возбуждении дела № Р 16-07/17 по признакам нарушения ч. 3 ст. 19 Закона о рекламе в отношении ИП <...>, о чем вынесено соответствующее определение № 03-01/6874 от 19.07.2017.

Пунктами 4.1 – 4.9 определения № 03-01/6874 от 19.07.2017 у ИП <...> запрошены документы и письменная информация.

Запрошенные у ИП <...> определением № 03-01/6874 от 19.07.2017 документы и письменная информация не поступили в Коми УФАС России.

Определением Коми УФАС России № 03-01/8014 от 17.08.2017 срок рассмотрения дела продлен, рассмотрение дела отложено, пунктами 5.1 – 5.9 определения у ИП <...> запрошены документы и письменная информация.

Запрошенные у ИП <...> определением № 03-01/8014 от 17.08.2017 документы и письменная информация не поступили в Коми УФАС России.

Определением № 03-01/9223 от 25.09.2017 об отложении рассмотрения дела № Р 16-07/17 у ИП <...> запрошены документы и письменная информация. Запрошенные указанным определением документы и письменная информация на момент рассмотрения рекламного дела не поступили в Коми УФАС России.

Из материалов дела № Р 16-07/17 (далее – рекламное дело) усматривается нижеследующее.

В соответствии со ст. 3 Закона 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.

Указанная информация содержит все правовые признаки рекламы, поскольку:

- распространена посредством размещения на опоре знака дорожного движения «Пешеходный переход».
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования – компании прямых поставок, кожаным курткам, дубленкам, плащам,

формирование или поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке.

Согласно ч. 3 ст. 19 Закона о рекламе распространение рекламы на знаке дорожного движения, его опоре или любом ином приспособлении, предназначенном для регулирования дорожного движения, не допускается.

В соответствии с п. 13.8 (средства наружной рекламы) технического регламента Таможенного союза «Безопасность автомобильных дорог», утвержденного Решением Комиссии Таможенного союза от 18 октября 2011 № 827 (далее - ТР ТС 014/2011), в полосе отвода автомобильной дороги не допускается размещение рекламной или иной информации, не имеющей непосредственного отношения к организации движения.

С целью обеспечения безопасности дорожного движения, средства наружной рекламы не должны размещаться на дорожном знаке, его опоре или на любом другом приспособлении, предназначенном для регулирования движения; ухудшать видимость средств регулирования дорожного движения или снижать их эффективность.

В соответствии с ТР ТС 014/2011 полоса отвода автомобильной дороги – это земельные участки (независимо от категории земель), которые предназначены для размещения конструктивных элементов автомобильной дороги, дорожных сооружений и на которых располагаются или могут располагаться объекты дорожного сервиса.

Дорожный знак – это техническое средство организации движения с обозначениями и/или надписями, информирующими участников дорожного движения о дорожных условиях и режимах движения, расположении населенных пунктов и других объектов.

Согласно п. 4.2 ГОСТ Р 52289-2004 «Технические средства организации дорожного движения. Правила применения дорожных знаков, разметки, светофоров, дорожных ограждений и направляющих устройств», утвержденного приказом Ростехрегулирования от 15.12.2014 № 120-ст (далее - ГОСТ Р 52289-2004), не допускается размещать на знаках, на их оборотной стороне, светофорах и опорах, на которых они расположены, плакаты, транспаранты и другие устройства, не имеющие отношения к организации движения.

На основании п. 3.1 ГОСТ Р 52289-2004 техническое средство организации дорожного движения – дорожный знак, разметка, светофор, дорожное ограждение и направляющее устройство.

В соответствии с п. 3.2 ГОСТ Р 52289-2004 знак дорожный – устройство в виде панели определенной формы с обозначениями или надписями, информирующими участников дорожного движения о дорожных условиях и режимах движения, о расположении населенных пунктов и других объектов.

Согласно разъяснениям ФАС России № ИА/7867 от 16.03.2012 в соответствии со ст. 19 Закона о рекламе на знаке дорожного движения, его опоре или любом ином приспособлении, предназначенном для регулирования дорожного движения, не допускается, в частности, размещение следующей информации: наименование юридического лица, индивидуального предпринимателя или название торгового предприятия данного лица (независимо от указания вида деятельности) выполненное с использованием товарных знаков, логотипов и иных индивидуализирующих данное лицо обозначений, цветов, контактной информации о лице (почтовый адрес, телефон, адрес сайта, электронной почты и т.п.) характеристики, описания лица, его деятельности, информация о производимых или реализуемых товарах.

Также ФАС России в своих разъяснениях указывает, что положения ГОСТ Р 52289-2004 допускают размещение информации об объектах притяжения участников дорожного движения (адрес, телефон, вид деятельности, направление движения, расстояние до объекта, прочая информация, в том числе графическая) совместно со знаками 6.9.1, 6.9.2, 6.10.1, 6.12 при соблюдении определенных условий.

К такой информации могут относиться как сведения, направленные на информирование участников дорожного движения без направленности на формирование и поддержание к нему интереса, так и сведения, направленные на формирование и поддержание интереса к определенному объекту притяжения участников дорожного движения с целью продвижения его на рынке.

Поскольку Закон о рекламе имеет более высокую юридическую силу, чем указанный ГОСТ Р 52289-2004, положения ГОСТ Р 52289-2004, с учетом ч. 2 ст. 40 Закона о рекламе, применяются в части, не противоречащей Закону о рекламе.

Соответственно, несмотря на возможность размещения в соответствии с ГОСТ Р 52289-2004 на знаках дорожного движения информации о любом объекте притяжения участников дорожного движения, не допускается к размещению на знаках дорожного движения, их опоре, согласно запрету, установленному ч. 3 ст. 19 Закона о рекламе, информация, формирующая интерес к определенному лицу с целью продвижения его на рынке.

Размещение рекламы на опоре дорожных знаков угрожает безопасности дорожного движения, так как может отвлечь водителя и затруднить восприятие дорожных знаков.

Из материалов рекламного дела усматривается, что рассматриваемая реклама размещена на опоре знака дорожного движения «Пешеходный переход» (п. 5.19.1 ГОСТ Р 52289-2004).

При таких обстоятельствах рассматриваемая реклама размещена в

нарушение требований ч. 3 ст. 19 Закона о рекламе.

В силу положений, установленных п. 4 ст. 3 Закона о рекламе, ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В силу частей 6, 7 ст. 38 Закона о рекламе за нарушение требований, установленных ч. 3 ст. 19 Закона о рекламе, ответственность несет рекламопроизводитель и рекламодатель.

Согласно ч. 8 ст. 38 Закона о рекламе рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в ч. 3 ст. 19 Закона о рекламе, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В соответствии с п. 7 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

На основании п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с п. 6 ст. 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

В рассматриваемой рекламе идет речь о распродаже кожаных курток, дубленок и плащей только один день – 06.05.2017 начало в 10.00 по адресу: <...>.

Из информации, представленной ОМВД России по г. Воркуте в материалы рекламного дела, следует, что 06.05.2017 ИП <...> заключил с ООО «Эльдорадо» договор аренды помещения по адресу: <...>, <...> для проведения ИП <...> выставки-продажи протмтоваров (верхней одежды и обуви) на один день – 06.05.2017 с 09.00 до 22.00 часов.

Согласно ч. 1 ст. 14.38 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП РФ) размещение рекламы на знаке дорожного движения, его опоре или любом ином приспособлении, предназначенном для регулирования дорожного движения, влечет наложение административного штрафа.

В материалах рекламного дела имеется копия Определения № 3924, вынесенного 19.06.2017 <...> ОИАЗ ОМВД России по г. Воркуте <...>, о возбуждении дела об административном правонарушении и проведении административного расследования в отношении ИП <...> по ч. 1 ст. 14.38 КоАП РФ в связи с распространением рассматриваемой рекламы.

Вместе с тем, на момент рассмотрения рекламного дела материалы по

результатам проверки ОИАЗ ОМВД России по г. Воркуте по ч. 1 ст. 14.38 КоАП РФ в отношении ИП <...> в Коми УФАС России не поступили. В связи с чем, достаточных оснований полагать, что ИП <...> причастен к распространению рассматриваемой рекламы, у Комиссии не имеется.

Несмотря на предпринятые Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела меры, установить рекламодача, рекламораспространителя и рекламопроизводителя рассматриваемой рекламы не представилось возможным.

Материалами рекламного дела вина ИП <...> в нарушении рекламного законодательства при распространении рассматриваемой рекламы не установлена, не подтверждена, иных виновных лиц не установлено.

Достаточных оснований полагать, что ИП <...> нарушены требования ч. 3 ст. 19 Закона о рекламе, у Комиссии не имеется.

Оперативно-розыскными полномочиями антимонопольный орган не наделен.

Таким образом, в течение сроков, установленных для рассмотрения дела, не представилось возможным установить лицо, нарушившее законодательство о рекламе.

В соответствии с пунктом 3.56 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12 (далее – Регламент), Комиссия принимает решение о прекращении рассмотрения дела, если в процессе рассмотрения дела будет установлен, в том числе факт невозможности установления лица, нарушившего законодательство о рекламе, в течение сроков, установленных для рассмотрения дела.

При таких обстоятельствах, с учётом позиции ФАС России, изложенной в письме № АД/23220/15 от 13.05.2015, имеются основания для прекращения рекламного дела.

На основании изложенного, руководствуясь подпунктом «е» пункта 36 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, пунктами 3.56, 3.57 Регламента, Комиссия

ОПРЕДЕЛИЛА:

Производство по делу № Р 16-07/17 в отношении ИП <...> прекратить.

Председатель
Комиссии

_____ <...>

Члены Комиссии

_____ <...>

_____ <...>