

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА № 012/04/5-62/2023 И НАЗНАЧЕНИИ ДЕЛА К РАССМОТРЕНИЮ

«02» февраля 2023 года
Йошкар-Ола

г.

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, заместитель руководителя – начальник отдела Марийского УФАС России <...>, рассмотрев материалы по факту распространения наружной рекламы по адресу: Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, ул. Суворова, д. 19,

УСТАНОВИЛА:

Специалистами Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) установлен факт размещения наружной рекламы по адресу: РМЭ, г. Йошкар-Ола, ул. Суворова, д. 19, следующего содержания:

В силу пункта 5 части 2 статьи 2 Закона о рекламе настоящий Федеральный закон не распространяется на вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера.

Согласно статье 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.

Реклама призвана быть убеждающей по своему характеру с тем, чтобы привлечь к товару (услуге), юридическому или физическому лицу, идее, начинанию, сформировать положительное представление о них. Признаком рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке.

По смыслу данной статьи под рекламой понимаются сведения, распространяемые исключительно для формирования и поддержания интереса к юридическому или физическому лицу, его товарам, идеям и начинаниям.

Рекламой считается информация, которая призвана способствовать реализации товаров, идей и начинаний. Реклама должна влиять на мотивацию потребителя при выборе товара (услуги) и побуждать его совершить определенные действия в отношении объекта рекламирования, вступить в конкретные правоотношения. Такая способность является отличительной чертой рекламы.

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.

В силу подпунктов 2, 5, 7 пункта 2 статьи 2 Закона о рекламе данный Закон не распространяется на информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом; на вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера; на информацию о товаре, его изготовителе, об импортере или экспортере, размещенную на товаре или его упаковке.

Согласно правовой позиции Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации, изложенной в пункте 1, 2 Постановления Пленума от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», пункте 1 статьи 3 Закона о рекламе 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, является рекламой и должна, в связи с этим отвечать требованиям, предъявляемым Законом о рекламе.

Не может быть квалифицирована в качестве рекламы информация, которая хотя и отвечает перечисленным критериям, однако обязательна к размещению в силу закона или размещается в силу обычая делового оборота.

К такой информации относятся, в частности, сведения, предоставляемые лицами в соответствии со статьей 495 Гражданского кодекса

Российской Федерации, статьей 9 и 10 Закона Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей».

Не следует рассматривать в качестве рекламы и размещение наименования (коммерческого обозначения) организации в месте ее нахождения, а также иной информации для потребителей непосредственно в месте реализации товара, оказания услуг (например, информации о режиме работы, реализуемом товаре), поскольку размещение такой информации в указанном месте не преследует целей, связанных с рекламой.

Таким образом, разграничение рекламной конструкции и вывески может быть осуществлено с учетом целевого назначения содержащихся в них сведений, которое выявляется в результате оценки обстоятельств размещения таких сведений, в том числе внешнего вида, характера, размера и места расположения указанной конструкции.

Согласно правовой позиции, изложенной в пунктах 15, 16 Информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе», вопрос о наличии в информации признаков рекламы решается с учетом конкретных обстоятельств дела. Для поддержания интереса к товару не обязателен показ самого товара, а достаточно изображения различительных элементов (в том числе товарного знака), которые использовались при рекламе этого товара.

Информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Таким образом, оспариваемая конструкция подпадает под понятие наружной рекламы, поскольку исключительной или основной целью размещения спорной конструкции является не указание сведений о юридическом лице в соответствии с требованиями действующего законодательства и обычаями делового оборота, а привлечение внимания неопределенного круга лиц к оказываемым им услугам.

Размещенная информация «Большая экономия* на бензин АИ-92 АИ-95 АКЦИЯ- 2 руб.» привлекает интерес потребителей к деятельности автозаправочной станции, дает явное представление о реализации нефтепродуктов и по своему содержанию и формату размещения направлена на привлечение внимания всех потенциальных потребителей, и поддержание интереса, как к продавцу, так и к ассортименту реализуемой им продукции.

Общие требования к рекламе, установленные статьей 5 Закона о рекламе, недостоверную рекламу не допускают. В силу части 1 статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной.

Как следует из материалов дела, на баннере, размещенном в месте нахождения автозаправочной станции по адресу: Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, ул. Суворов, д. 19, размещена реклама следующего содержания: «Большая экономия* на бензин АИ-92 АИ-95 АКЦИЯ -2 руб.».

При этом, в тексте данной рекламы отсутствует подробная информация о действии акции «-2 руб. на бензин АИ-92, АИ-95».

Информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о рекламируемом и предлагаемом товаре.

Кроме того, вся необходимая информация должна доводиться до потребителя непосредственно в рекламе для того, чтобы обеспечить возможность с ней ознакомиться, так как она может существенно повлиять на его выбор.

В соответствии с пунктом 28 Постановления Пленума ВАС РФ № 58 от 08.10.2012 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» следует, что рекламодаделец вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

Поэтому, если в рекламе отсутствуют существенные условия, содержащие в частности обязательные сведения или условия продажи товара (оказания услуг), то данная реклама признается ненадлежащей.

В силу требований части 7 статьи 5 Закона о рекламе не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

При этом, оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Исходя из понятия рекламы, реклама предназначается для распространения среди неопределенного круга лиц, в связи с чем, вся

информация, включая обязательные условия приобретения товара, должна быть доступна для потребителей при ознакомлении с рекламой без специальных усилий и применения специальных средств.

Антимонопольным органом установлено, что скидка «-2 руб.» предоставляется при условии:

- единовременной заправки от 20 до 100 л. бензина АИ-92, АИ-95;
- оплатить топливо наличными денежными средствами или банковской картой.

Кроме того, сотрудниками Марийского УФАС России 12.12.2022 приобретен товар бензин АИ-95 в количестве 10 л. однако скидка потребителю не предоставлена.

В данном случае, информация, содержащая предложение заправки по привлекательной цене, при этом без содержания дополнительных условий не может быть получена потребителем на момент ознакомления с рекламой.

В данном случае, потребители не получают всю необходимую для осознанного выбора информацию из рекламы и вводятся в заблуждение.

Кроме того, частью 1 статьи 19 Закона о рекламе предусмотрено, что 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, 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.

Согласно пункту 9 статьи 19 Закона о рекламе установка и эксплуатация рекламной конструкции допускаются при наличии разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (далее также - разрешение), выдаваемого на основании заявления собственника или иного указанного в частях 5 - 7 настоящей статьи законного владельца соответствующего недвижимого имущества либо владельца рекламной конструкции органом местного самоуправления муниципального района или органом местного самоуправления городского округа, на территориях которых предполагается осуществлять установку и

эксплуатацию рекламной конструкции.

Следовательно, установка и эксплуатация рекламной конструкции возможна только при наличии разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, выданного органом местного самоуправления.

Пунктами 5, 6, 7 статьи 3 Закона о рекламе предусмотрены понятия рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя. Рекламодаделец изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В силу статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение части 7 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламораспространитель, по части 9 статьи 19 Закона о рекламе несет рекламораспространитель.

В ходе проведения осмотра установлено, что деятельность на автозаправочной станции по адресу: Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, ул. Суворова, д. 19 осуществляет ООО «Татнефть - АЗС Центр», являющийся как рекламодателем, так и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктом 20 Правил рассмотрения антимонопольными органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922 «Об утверждении Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе»,

ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Возбудить производство по делу №012/04/5-62/2023 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Назначить дело №012/04/5-62/2023 к рассмотрению на **20 февраля 2023 года в 11 часов 30 минут** (по Московскому времени) в помещении

Марийского УФАС России, по адресу: г. Йошкар-Ола, ул. Волкова, д. 164.

3. Признать лицом, в действиях которых содержатся признаки нарушения ООО «Татнефть-АЗС Центр» ул. Фахретдина, д. 37, г. Альметьевск, РТ, 423450, Марийский филиал ООО «Татнефть-АЗС Центр» ул. Зарубина, д. 12а, г. Йошкар-Ола, РМЭ, 424006

4. ООО «Татнефть-АЗС Центр» в срок до 17 февраля 2023 года представить в Марийское УФАС России следующие документы и сведения (с сопроводительным письмом, где указываются в качестве приложений все запрошенные документы):

- копию положения, регламентирующего порядка проведения акции «Большая экономия* на бензин АИ-92 АИ-95 АКЦИЯ- 2 руб.»?

- кто является рекламодателем, рекламораспространителем, рекламопроизводителем рассматриваемой рекламы в соответствии со статьей 3 Закона о рекламе;

- кем разрабатывался макет рекламы?

- указать период распространения рассматриваемой рекламы, а также регионы (субъекты РФ, города вещания), в которых распространялась рассматриваемая реклама;

- выдано ли разрешение на установку рекламных конструкций в отношении рекламной конструкции, расположенной по адресу: Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, ул. Суворова, д. 19 (копии договор на оказании рекламных услуг прилагаем)? Представить документальные доказательства. В случае отсутствия разрешений, указать выдавалось ли владельцам рекламных конструкций предписание на демонтаж и при совершении данных действий направить подтверждающие документальные доказательства.

- копии договоров на размещение, изготовление размариваемой рекламы с приложением доказательств об их исполнении – копии актов выполненных работ, платёжных документов);

- соблюдены ли при распространении рассматриваемой рекламы требования статьи 5 Федерального закона «О рекламе»? Представить письменную мотивированную позицию;

- иные сведения и документы, имеющие отношение к рассматриваемому вопросу.

Сообщаем, что Вы вправе принять участия в рассмотрении дела посредством удаленного доступа через программу «TrueConf» по

ссылке (<https://fas1.tconf.rt.ru/c/1380143326>).

Подключение к конференции возможно в том числе со смартфона или планшета под управлением операционной системы Android или iOS.

Информацию о невозможности участия посредством удаленного доступа необходимо сообщить до 17 февраля 2023, направив в адрес Марийского УФАС России копии доверенностей представителей.

Заместитель руководителя управления - начальник отдела

2023-551