

**ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА**  
**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ**  
**ПО АСТРАХАНСКОЙ ОБЛАСТИ**

414000, г. Астрахань, ул. Шаумяна, д.47, а/я 267, тел.(8512) 39-05-80

**РЕШЕНИЕ**

**по делу № 37-К-05-14**

**г. Астрахань**

Резолютивная часть решения оглашена «23» января 2015 года.

**В полном объеме решение изготовлено «05» февраля 2015 года.**

Комиссия Астраханского УФАС России (далее - Управление) по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства (далее — Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии:

(...)

Члены Комиссии:

(...)

рассмотрев материалы дела №37-К-05-14 по признакам нарушения нарушения Администрацией муниципального образования «Лиманский район» (416410, Астраханская область, Лиманский район, р.п. Лиман, ул. Героев, 115) (далее — Администрация МО «Лиманский район») ч.1 ст. 15 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее — Закон о защите конкуренции), в присутствии представителя Администрации МО «Лиманский район» (...) (доверенность №01-15.9-3426 от 11.11.2014), в отсуствии ИП (...) (далее — ИП (...)),

**УСТАНОВИЛА:**

На основании приказа Астраханского УФАС России от 05.05.2014 № 220 — П была проведена проверка и составлен акт проверки №6 в отношении администрации муниципального образования «Лиманский район» (416410, Астраханская область,

Лиманский район, р.п. Лиман, ул. Героев, 115).

Предметом проводимой проверки являлась проверка соблюдения администрацией муниципального образования «Лиманский район» (далее — МО «Лиманский район») требований статей 15, 16, 17, 17.1, 18, 18.1, 19-21 Федерального закона от 26.07.2008 № 135 — ФЗ «О защите конкуренции» (далее — Закон о защите конкуренции), Федерального закона от 13.03.2006 №38 — ФЗ «О рекламе».

Комиссией при рассмотрении дела установлено следующее.

В соответствии с [пунктом 1 статьи 3](#) Федерального закона "О рекламе" реклама - 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.

Согласно [пункту 2](#) приведенной статьи 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](#) данной статьи содержит определение товара, согласно которому товар - это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

При этом в соответствии с [частью 1 статьи 455](#) Гражданского кодекса Российской Федерации товаром по договору купли-продажи могут быть любые вещи, не изъятые из оборота.

Вместе с тем, согласно [части 3](#) данной статьи условие договора купли-продажи о товаре считается согласованным, если договор позволяет определить наименование и количество товара.

Кроме того, в соответствии с [частью 1 статьи 467](#) Гражданского кодекса Российской Федерации установлено, что если по договору купли-продажи передаче подлежат товары в определенном соотношении по видам, моделям, размерам, цветам или иным признакам (ассортимент), продавец обязан передать покупателю товары в ассортименте, согласованном сторонами.

Таким образом, объектом рекламирования может быть тот товар, предназначенный для продажи и иного введения в гражданский оборот, который можно индивидуализировать, выделить среди однородной группы товаров. Соответственно, реклама товара всегда представляет собой информацию о конкретном товаре, который можно индивидуализировать внутри группы однородных товаров.

Учитывая изложенное, сами по себе слова и выражения: соки-воды, продукты, товары повседневного спроса, не могут быть признаны рекламой, поскольку представляют собой обобщенное наименование группы товаров и не позволяют выделить конкретный товар среди ряда однородных товаров и сформировать к нему интерес.

В соответствии с [пунктом 1](#) постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации N 58 от 08.10.2012 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" информация, обязательная к размещению в силу закона или размещенная в силу обычая делового оборота, также не является рекламой.

При этом не является рекламой 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.

Так, указание на здании в месте нахождения организации ее наименования, адреса и режима ее работы относится к обязательным требованиям, предъявляемым к вывеске [Законом](#) Российской Федерации "О защите прав потребителей", следовательно, такая информация не может рассматриваться в качестве рекламы, независимо от манеры ее исполнения.

Следовательно, информация размещенная на вышеуказанной конструкции «Анастасия Соки-воды продукты Товары повседневного спроса» не является рекламой, так как указанная информация относится к обязательным требованиям, предъявляемым к вывеске [Законом](#) Российской Федерации "О защите прав потребителей".

Следовательно, конструкция ИП (...), на которую Администрацией МО «Лиманский район» выдано разрешение №1 от 29.04.2014, является вывеской.

Как следует из информации, представленной Администрацией МО «Лиманский район» (вх. №434 от 23.01.2015), в Администрации МО «Лиманский район» отсутствует порядок согласования размещения вывесок.

Налоговым кодексом Российской Федерации не предусмотрено взимание государственной пошлины за выдачу разрешения на установку и эксплуатацию вывески.

Однако, Администрацией МО «Лиманский район» была взыскана государственная пошлина с ИП (...) в размере 3000 рублей.

В соответствии с ч. 1 ст. 15 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» федеральным органам исполнительной власти, органам государственной власти субъектов Российской Федерации, органам местного самоуправления, иным осуществляющим функции указанных органов или организациям, организациям, участвующим в предоставлении государственных или муниципальных услуг, а также государственным внебюджетным фондам, Центральному банку Российской Федерации запрещается принимать акты и (или) осуществлять действия (бездействие), которые приводят или могут привести к недопущению, ограничению, устранению конкуренции, за исключением предусмотренных федеральными законами случаев принятия актов и (или) осуществления таких действий (бездействия).

Администрация МО «Лиманский район», взыскав с ИП (...) не предусмотренную

Налоговым Кодексом Российской Федерации государственную пошлину в размере 3000 рублей, совершила действия, которые привели к ограничению конкуренции, а именно получению преимуществ другими участниками рынка наружной рекламы и причинению убытков ИП (...), что является нарушением ч. 1 ст. 15 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции».

Кроме того, в ходе рассмотрения дела установлено, бездействие Администрации МО «Лиманский район», выразившееся в не принятии нормативного акта, регулирующего порядок размещения вывесок в соответствии с ч. 1 ст. 9 закона "О защите прав потребителей".

Руководствуясь ст. 23, ч. 1 ст. 39, чч. 1 - 4 ст. 41, ст. 48, ч. 1 ст. 49 Закона о защите конкуренции,

### **РЕШИЛА:**

Решение может быть обжаловано в Арбитражный суд в порядке, предусмотренном ст. 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

1.

1. Признать администрацию МО «Лиманский район» нарушившей ч. 1 ст. 15 Закона о защите конкуренции.
2. Основания для прекращения рассмотрения дела, указанные в ст. 48 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», отсутствуют.
3. Выдать Администрации МО «Лиманский район» предписание о совершении действий, направленных на обеспечение конкуренции, а именно в течение двух месяцев со дня получения копии настоящего предписания привести в соответствие с действующим законодательством нормативные акты, регулирующие порядок размещения вывесок.
4. Основания для принятия иных мер по пресечению и (или) устранению последствий нарушения антимонопольного законодательства, а также по обеспечению конкуренции отсутствуют.

Председатель Комиссии (...)

Члены Комиссии: (...)