

Управление Федеральной антимонопольной службы
по Республике Коми

Определение

О ПРЕКРАЩЕНИИ ПРОИЗВОДСТВА ПО ДЕЛУ № 011/05/19-166/2020

04 июня 2020 года

01/4920

№ 03-

г. Сыктывкар

**Администрация
МОГО «Сыктывкар»**

Бабушкина ул., д.

ИП <...>

(по адресу)

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 № 011/05/19-166/2020, возбужденное в отношении индивидуального предпринимателя <...>, ОГРНИП <...>, ИНН <...> (далее – ИП <...>) по факту распространения на опоре знака дорожного движения, расположенного в районе здания по адресу: г. Сыктывкар, ул. Малышева, д. 2, рекламы 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 и ИП <...>, надлежащим образом извещённых о времени и месте рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

В Коми УФАС России поступило обращение администрации МОГО «Сыктывкар» № 09-1190 от 03.02.2020 (вх. № 634 от 04.02.2020).

Заявитель указывает, что на опоре знака дорожного движения, расположенного в районе здания по адресу: г. Сыктывкар, ул. Малышева, д. 2, размещена реклама следующего содержания: «СЕЗОННАЯ АКЦИЯ!!! ЖЕНСКАЯ ОБУВЬ до 43 размера МУЖСКАЯ до 48 размера Любая пара по 1000 руб. БЕЛАРУСЬ ЗИМА-ВЕСНА 1 ФЕВРАЛЯ СУББОТА 10⁰⁰ – 16⁰⁰ Любая пара по 1000 руб. ДК «СТРОИТЕЛЬ» ул. Клары Цеткин, 80» с нарушением требований Закона о рекламе.

По результатам рассмотрения указанного обращения принято решение о возбуждении дела № 011/05/19-166/2020 в отношении ИП <...> по признакам нарушения ч. 3 ст. 19 Закона о рекламе, о чём вынесено соответствующее

определение № 03-01/1894 от 04.03.2020.

Из материалов дела № 011/05/19-166/2020 (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:

- распространена посредством размещения на столбе, который служит опорой для знака дорожного движения.
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – женской и мужской белорусской обуви, формирование или поддержание интереса к нему и его 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; иметь сходство (по внешнему виду, изображению или звуковому эффекту) с техническими средствами организации дорожного движения и специальными сигналами, а также создавать впечатление нахождения на дороге транспортного средства, пешехода, животных или иного объекта; иметь яркость элементов изображения при внутреннем и внешнем освещении выше фотометрических характеристик дорожных знаков; освещаться в темное время суток на участках дорог, где дорожные знаки не имеют искусственного освещения; размещаться в зоне транспортных развязок, пересечений и примыканий автомобильных дорог, железнодорожных переездов и искусственных сооружений ближе расчетного расстояния видимости от них.

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 ГОСТа Р 52289-2004 «Технические средства организации дорожного движения. Правила применения дорожных знаков, разметки, светофоров, дорожных ограждений и направляющих устройств», утверждённого приказом Ростехрегулирования от 15.12.2004 № 120-ст, 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. (далее - ГОСТ Р 52289-2004).

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

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

В соответствии с разъяснениями ФАС России от 12.07.2017 № АК/47376/17 вопрос относительно того, является ли рекламой информация о наименовании организации, её местонахождении, указании направления проезда к организации, размещённая на знаках маршрутного ориентирования или совмещённая с этими знаками, а соответствующие знаки – рекламными конструкциями, был предметом рассмотрения Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ (далее – ВАС РФ), который дал соответствующие разъяснения в п. 12 постановления от 08.10.2012 № 58.

При этом ВАС РФ указал следующее.

Согласно п. 12 Положения о Государственной инспекции безопасности дорожного движения МВД РФ, утверждённого Указом Президента РФ от 15.06.1998 № 711, ГИБДД предписывает или разрешает соответствующим организациям установку и снятие технических средств организации дорожного движения.

Проектирование, изготовление, монтаж и эксплуатация информационных знаков осуществляется на основании требований ГОСТа Р 52290-2004.

Таким образом, если установка знака маршрутного ориентирования либо размещение на таком знаке вышеуказанной информации согласовано в установленном порядке с ГИБДД и информация, размещённая на этих знаках, отвечает требованиями соответствующих ГОСТов, данная информация не является рекламой, в связи с чем к ней не применяются положения ст. 14.38 КоАП РФ. Информация, размещённая без соблюдения упомянутых требований, подлежит оценке на предмет выявления наличия в ней признаков рекламы.

Таким образом, согласно вышеуказанным разъяснениям ФАС России, с учётом указанной позиции ВАС РФ, для решения вопроса о возможности отнесения информации о каком-либо лице, размещённой на одной опоре со знаком дорожного движения, к рекламе необходимо последовательно установить два обстоятельства: 1) оформлена ли конструкция, на которой размещается указанная информация, в качестве знака дорожного движения; 2) если указанная конструкция не оформлена в качестве знака дорожного движения, имеет ли размещаемая на ней информация признаки рекламы.

Правила дорожного движения, утверждённые постановлением Правительства РФ от 23.10.1993 № 1090, а также ГОСТ Р 52289-2004 и ГОСТ Р 52290-2004 предусматривают такой вид знаков дорожного движения как информационные знаки, которые информируют, в частности, о расположении населённых пунктов и других объектов.

Согласно п. 5.7.22 ГОСТа Р 52289-2004 допускается размещать информацию об объектах притяжения участников движения (служебное слово, название, направление движения, расстояние до объекта, пиктограмма или символ) совместно со знаками 6.9.1, 6.9.2, 6.10.1, 6.12.

При этом ГОСТ Р 52289-2004 и ГОСТ Р 52290-2004 определяют технические характеристики таких знаков, в частности, размер шрифтов, указателей направления движения.

Таким образом, если размещённая на одной опоре со знаком дорожного движения конструкция, содержащая информацию о каком-либо лице, соответствует требованиям ГОСТ Р 52289-2004 и ГОСТ Р 52290-2004, в том числе в части содержания информации и её технических характеристик (включая размер используемых шрифтов) и согласована с ГИБДД к размещению в качестве знака дорожного движения или имеет заключение ГИБДД о правомерности такого размещения в качестве знака дорожного движения, то указанная информация не подлежит проверке антимонопольными органами на предмет отнесения её к рекламе. Если такая конструкция размещена без соблюдения упомянутых требований, то размещаемая на ней информация подлежит оценке на предмет выявления наличия в ней признаков рекламы.

Из фотографии, приложенной к обращению администрации МОГО

«Сыктывкар», следует, что к опоре дорожного знака, обозначающего место для пешеходного перехода, приклеена листовка, не выполненная в виде рекламной конструкции. Кроме того, из информации, размещённой на рассматриваемой листовке, следует, что она не содержит сведения о наименовании организации, её местонахождении, указании направления проезда к организации, а содержит информацию о сезонной акции, следовательно, является рекламой.

Согласно разъяснениям ФАС России, изложенным в письме от 16.03.2012 № ИА/7867, 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: наименования юридического лица, индивидуального предпринимателя или названия торгового предприятия данного лица (независимо от указания вида деятельности), выполненного 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; информации о производимых или реализуемых товарах.

Также ФАС России в своих разъяснениях указывает, что положения ГОСТа Р 52289-2004 «Технические средства организации дорожного движения. Правила применения дорожных знаков, разметки, светофоров, дорожных ограждений и направляющих устройств», утверждённого приказом Ростехрегулирования от 15.12.2014 № 120-ст, 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 ГОСТа Р 52289-2004, с учётом ч. 2 ст. 40 Закона о рекламе, применяются в части, не противоречащей Закону о рекламе.

Соответственно, несмотря на возможность размещения в соответствии с ГОСТом 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 в 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.

Рассматриваемая реклама размещена на столбе, служащем опорой для знака дорожного движения.

При таких обстоятельствах рассматриваемая реклама размещена в нарушение требований ч. 3 ст. 19 Закона о рекламе.

Согласно ч.ч. 6, 7 ст. 38 Закона о рекламе за нарушение требований, установленных ч. 3 ст. 19 Закона о рекламе, ответственность несут рекламодатель и рекламораспространитель.

Согласно ч. 8 ст. 38 Закона о рекламе рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных 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 рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В силу с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель – 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 материалах рекламного дела имеется представленная ООО «Амур» письмом № 02 от 10.02.2020 (вх. № 668-э от 10.02.2020) копия договора субаренды № КЦ80-20-11, заключённого 01.02.2020 между ООО «Амур» и ИП <...>. Согласно указанному договору ООО «Амур» передало ИП <...> за плату во временное владение и пользование помещение, находящееся по адресу: ул. Клары Цеткин, ДК «Строитель», для выставки - продажи.

Коми УФАС России определениями № 03-01/1894 от 04.03.2020, № 03-01/3007 от 03.04.2020, № 03-01/4034 от 06.05.2020 запрашивало у ИП <...> необходимые для рассмотрения дела документы и письменную информацию.

Однако запрошенные у ИП <...> документы и письменная информация в Коми УФАС России не поступили.

Копия обращения администрации МОГО «Сыктывкар» № 09-1190 от 03.02.2020 (вх. № 634 от 04.02.2020) была направлена антимонопольным органом в адрес

УМВД России по г. Сыктывкару для проведения проверки по изложенным в нём обстоятельствам.

УМВД России по г. Сыктывкару письмом от 20.02.2020 № 28/7-1599 (вх. № 1146 от 26.02.2020) сообщило, что обращение по факту размещения рекламы на дорожном знаке напротив дома № 2 по ул. Малышева г. Сыктывкара рассмотрено. Сотрудниками ОГИБДД УМВД России по г. Сыктывкару 18.02.2020 произведено обследование указанного участка, на дорожных знаках 5.19.1 и 5.19.2 «Пешеходный переход» посторонних предметов не обнаружено. В связи с чем, УМВД России по г. Сыктывкару не возбуждено административное производство по рассматриваемому факту.

Неустранимые сомнения относительно вины лица трактуются в пользу этого лица. В связи с чем, у Комиссии отсутствуют достаточные основания полагать, что ИП <...> является рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы.

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.

Таким образом, несмотря на предпринятые Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела меры, в течение сроков, установленных для рассмотрения дела, установить лицо, нарушившее законодательство о рекламе, не представилось возможным.

Согласно разъяснениям ФАС России № АД/61902/17 от 07.09.2017 «О разъяснении отдельных положений ФЗ «О рекламе» при невозможности установить лицо, в том числе его местонахождение, ответственное за распространение рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства о рекламе, после совершения антимонопольным органом необходимых действий по поиску такого лица, в том числе направления соответствующих запросов, Комиссия вправе прекратить производство по соответствующему делу.

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.

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 № 011/05/19-166/2020 в отношении ИП <...> прекратить.

Председатель _____ <...>
Комиссии

Члены Комиссии _____ <...>
_____ <...>