

"Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)" от 30.11.1994 N 51-ФЗ(ред. от 08.12.2020)

О признании рекламы ненадлежащей

Л.

**Заявителю**

## **РЕШЕНИЕ**

**по делу №052/05/20-167/2021**

г. Нижний Новгород

Резолютивная часть решение оглашена 25 февраля 2021 года

Решение в полном объеме изготовлено 02 марта 2021 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее — Комиссия) в составе:

<...>- председатель Комиссии,

<...> - член Комиссии,

<...> - член Комиссии,

рассмотрев дело №052/05/20-167/2021, возбужденное в отношении Лашова В.В. по признакам нарушения части 2 статьи 20 и части 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе», в отсутствие ответчика, уведомленного о времени и месте рассмотрения дела надлежащим образом в соответствии с отчетом АО «Почта России» (почтовый идентификатор 60392256006809),

## **УСТАНОВИЛА:**

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области поступило обращение потребителя рекламы Б. (Нижегородское УФАС России не располагает согласием физического лица на использование его персональных данных) (вх.№30720-ИП/20 от 07.12.2020) по поводу размещения в городе Нижнем Новгороде по адресу: ул. Плотникова, 5 транспортного средства марки <...> с государственным регистрационным номером <...>, используемого в качестве рекламной конструкции.

Усмотрев признаки нарушения рекламного законодательства, Управление Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области 02 февраля 2021 года возбудило дело в отношении рекламораспространителя — Л.

## **Изучив материалы дела, Комиссия Нижегородского УФАС России приходит к следующим выводам.**

В городе Нижнем Новгороде по адресу: ул. Плотникова, 5 выявлено транспортное средство марки <...> (государственный регистрационный номер <...>), на крыше которого размещена конструкция следующего содержания: «*Страховка +. ОСАГО Плотникова, 5, 2-й этаж (вход в магнит)*».

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 ФЗ «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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» объект рекламирования – товар, средство его индивидуализации, 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 этой же статьи определил, что товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Сообщение направлено на привлечение внимания неопределенного круга лиц к объекту рекламирования – организации «Страховка+», товарами, в данном случае, являются страховые услуги.

Таким образом, рассматриваемое сообщение отвечает определению, указанному в пункте 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе», а, следовательно, является рекламой.

В соответствии с частью 2 статьи 20 ФЗ «О рекламе» использование транспортных средств исключительно или преимущественно в качестве передвижных рекламных конструкций, в том числе переоборудование транспортных средств для распространения рекламы, в результате которого транспортные средства полностью или частично утратили функции, для выполнения которых они были предназначены, переоборудование кузовов транспортных средств с приданием им вида определенного товара, запрещается.

Одним из критериев определения того, что транспортное средство используется преимущественно в качестве рекламной конструкции, является факт длительной стоянки такого транспортного средства. В письме от 02.05.2012 № АК/13623 «О рекламе на транспортных средствах и квалификации информации,

размещенной на сайте» ФАС России обращает внимание, что к преимущественному использованию транспортного средства в качестве рекламной конструкции можно отнести случаи, когда транспортное средство, на котором размещена реклама, в течение длительного времени стоит на одном месте без передвижения. При этом оценку длительности размещения транспортного средства на одном месте для целей части 2 статьи 20 Закона о рекламе следует проводить исходя из разумности срока стоянки транспортного средства, а также с учетом места размещения транспортного средства.

По утверждению заявителя, автомобиль припаркован по указанному адресу на протяжении полутора лет.

Согласно информации, размещенной на сайте <https://www.google.ru/maps/>, указанный автомобиль с рекламной конструкцией «СТРАХОВКА + ОСАГО Плотникова, 5, 2-й этаж (вход в магнит)» припаркован по адресу: <...> с июня 2019 года.

Специалистами Нижегородского УФАС России осуществлен выезд по

указанному адресу, в ходе которого установлено, что данное транспортное средство с установленной рекламной конструкцией по-прежнему размещается. По данному факту составлен акт наблюдения от 28.01.2021.

Следовательно, транспортное средство преимущественно используется в качестве рекламной конструкции, что противоречит требованиям части 2 статьи 20 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги или осуществляющего данную деятельность (для юридического лица — наименование, для индивидуального предпринимателя — фамилию, имя и (если имеется) отчество).

В соответствии со статьей 54 Гражданского кодекса Российской Федерации

юридическое лицо имеет свое наименование, содержащее указание на организационно-правовую форму.

В рассматриваемом рекламном сообщении информация о лице, осуществляющем страховую деятельность, отсутствует.

Следовательно, реклама «СТРАХОВКА + ОСАГО Плотникова, 5, 2-й этаж (вход в магнит)» противоречит требованиям части 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

Согласно части 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований части 2 статьи 20 и части 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

По информации Отдела технического надзора и регистрации автотранспортных средств ГИБДД УМВД России по городу Нижнему Новгороду (вх.№1259-ЭП/21 от 21.01.2021), автомобиль <...> с государственным регистрационным номером <...> принадлежит Л. (<...>).

Таким образом, рекламодателем является Л..

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» ненадлежащей рекламой признается реклама, не соответствующая требованиям

законодательства Российской Федерации.

Таким образом, Комиссия Нижегородского УФАС России приходит к выводу о том, что реклама «*Страховка+. Осаго...*», распространенная Л. на крыше автомобиля марки <...> с государственным регистрационным номером <...>, является ненадлежащей, противоречащей требованиям части 2 статьи 20 и части 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

В связи с отсутствием сведений о прекращении распространения ненадлежащей рекламы, Комиссия Нижегородского УФАС России считает необходимым выдать Л. предписание об устранении выявленного нарушения Федерального закона «О рекламе».

Руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», и в соответствии с пунктами 37 – 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17 августа 2006 года № 508, Комиссия

## **РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащей рекламу, распространенную Л. на крыше автомобиля марки <...> с государственным регистрационным номером <...>, установленном на парковке по адресу: <...>, поскольку она противоречит требованиям части 2 статьи 20 ФЗ «О рекламе» и части 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе»
2. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу органов внутренних дел (полиции) для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 2 статьи

14.38 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

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

**Председатель Комиссии**

<...>

**Члены Комиссии**

<...>

<...>

