

**Управление Федеральной антимонопольной службы**

**по Республике Коми**

*Определение*

О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА № 011/05/19-166/2020 ПО ПРИЗНАКАМ НАРУШЕНИЯ  
ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

04 марта 2020 года

№ 03-01/1894

г. Сыктывкар

**Администрация**

**МОГО «Сыктывкар»**

Бабушкина ул., д.

22,

г. Сыктывкар, 167000

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее - Коми УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, <...>, рассмотрев материалы по обращению администрации МОГО «Сыктывкар» № 09-1190 от 03.02.2020 (вх. № 634 от 04.02.2020) по факту распространения рекламы акции по продаже любой пары белорусской обуви по 1000 руб. в ДК «Строитель» 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),

## УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми 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 10<sup>00</sup> – 16<sup>00</sup> Любая пара по 1000 руб. ДК «СТРОИТЕЛЬ» ул. Клары Цеткин, 80»**, с нарушением требований Закона о рекламе.

В результате рассмотрения материалов обращения установлено следующее.

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 использования конструкции, установленной на столбе, который служит опорой для знака дорожного движения.
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – акции по продаже любой пары белорусской обуви по 1000 руб. в ДК «Строитель», формирование или поддержание интереса к ней и её 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 (вступил в силу 15.02.2015 г.) (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», утвержденного 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, утв. 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, утв. 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 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: 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 ГОСТа 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, 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 учетом 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 с признаками нарушения 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.

Согласно ч.ч. 6, 7 ст. 38 Закона о рекламе за нарушение требований, установленных ч. 3 ст. 19 Закона о рекламе, ответственность несет 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 соответствии 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.

Из материалов обращения усматривается, что рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является индивидуальный предприниматель <...> (далее – ИП <...>), ОГРНИП <...>, ИНН <...>.

На основании изложенного, руководствуясь п. 2 ч. 1 ст. 33, ч. 1, 2 ст. 36 Закона о рекламе, п. 20, 24 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, п. 3.25 Приказа ФАС России от 23.11.2012 № 711/12 «Об утверждении Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе»,

### ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Возбудить производство по делу № 011/05/19-166/2020 по признакам нарушения ч. 3 ст. 19 Закона о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

2.1. заявителя – администрацию МОГО «Сыктывкар»;

2.2. лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, - ИП <...>, ОГРНИП <...>, ИНН <...>.

3. Назначить дело № 011/05/19-166/2020 к рассмотрению **на 03 апреля 2020 года на 11 часов 00 минут** по адресу: Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Интернациональная, д. 160, корпус А.

4. ИП <...> в срок не позднее **01 апреля 2020 года** представить следующие надлежащим образом заверенные копии документов и письменную информацию:

4.1. О рекламодателе, рекламораспространителе и рекламопроизводителе рассматриваемой рекламы (с указанием по каждому такому лицу: полного наименования, адреса места нахождения, Ф.И.О. руководителя, номеров тел./факса – для юридических лиц; Ф.И.О., адреса места регистрации - для физических лиц).

4.2. Копии всех документов со всеми изменениями, дополнениями и приложениями (в том числе, приказов, распоряжений, заявок, договоров, счетов, счетов-фактур, платежных поручений, актов выполненных работ), опосредующих производство, размещение и распространение рассматриваемой рекламы.

4.3. Письменные пояснения каждого последовательно совершенного действия, направленного на производство, размещение и распространение рассматриваемой рекламы.

4.4. Поясняющие, кто определил содержание рассматриваемой рекламы, ее наполнение, кем, когда и каким образом одобрена (утверждена, согласована) реклама, в случае, если реклама не утверждалась и не согласовывалась, представьте соответствующую поясняющую письменную информацию с указанием причин непринятия мер по согласованию.

4.5. О периоде распространения рассматриваемой рекламы, с указанием дат начала и окончания распространения; если распространение продолжается на дату представления ответа – с указанием соответствующей поясняющей информации и даты начала распространения.

4.6. О территории (укажите субъекты Российской Федерации) распространения рассматриваемой рекламы.

4.7. О причинах размещения рассматриваемой рекламы без учета требований ч. 3 ст. 19 Закона о рекламе.

4.8. Паспортные данные (копию с 2-ой по 7-ую страницы паспорта) <...> с указанием даты и места рождения, адреса регистрации по месту жительства.

4.9. Копию договора субаренды помещения по адресу: Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Клары Цеткин, д. 80, заключенного между ООО «Амур» и ИП <...> 01.02.2020, для проведения выставки-продажи белорусской обуви.

5. ИП <...> (с паспортом) явиться лично и (или) обеспечить явку представителя (с надлежащим образом заверенной доверенностью) для участия в рассмотрении дела.

6. **Администрации МОГО «Сыктывкар»** обеспечить явку руководителя (с паспортом и документами, удостоверяющими служебное положение) и (или) представителя (с надлежащим образом оформленной доверенностью) для участия в рассмотрении дела.

7. О возможности рассмотрения дела в отсутствие лиц, участвующих в деле, сообщить не позднее **01 апреля 2020 года**, предварительно **по факсу (8212) 21-41-29** или на электронный адрес: **tol1@fas.gov.ru** и направить такое обращение по почте.



**Примечание:**

При ответе на настоящее определение необходимо соблюдение нумерации пунктов, по приложениям необходимо указать, к какому пункту определения они прилагаются, с указанием номера пункта.

В случае отсутствия документов и письменной информации по отдельным пунктам настоящего определения, укажите на их отсутствие с пояснением причин отсутствия и указанием источника, где запрашиваемое может быть получено.

Представленное на определение должно быть подписано уполномоченным лицом, прилагаемые копии надлежащим образом заверены, подтверждена их достоверность и полнота.

**В соответствии с ч. 6 ст. 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях непредставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных законодательством о рекламе, а равно представление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо представление недостоверных сведений (информации) - влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двух тысяч до десяти тысяч рублей; на юридических лиц - от двадцати тысяч до двухсот тысяч рублей.**

Председатель комиссии

<...>