

<...>

Заявителю

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 022/05/20-572/2020

Решение принято 20 октября 2020 года

Решение изготовлено в полном объеме 28 октября 2020 года г.Барнаул

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии:

<...> – врио заместителя руководителя управления,

Члены Комиссии:

<...> – главный специалист-эксперт отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы,

<...> – главный специалист-эксперт отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы,

рассмотрев дело № 022/05/20-572/2020 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы продавца алкогольной продукции с использованием транспортного средства, в которой усматриваются признаки нарушения ч.2 ст.20, п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»,

в отсутствие заявителя (уведомлен надлежащим образом),

в отсутствие лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – рекламораспространителя <...>,

УСТАНОВИЛА:

дело возбуждено по результатам рассмотрения заявления жителя города Барнаула по факту размещения рекламной конструкции на крыше автомобиля марки ИЖ-2126, госномер <...>, припаркованного по адресу: г. Барнаул, пр-кт Комсомольский, д.40, с рекламой магазина «Пивной погребок» по продаже алкогольной продукции следующего содержания «ПИВНОЙ ПОГРЕБОК КРУГЛОСУТОЧНО ул. Никитина, 30», что указывает на признаки нарушения ч.2 ст.20, п.5 ч.2 ст.21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

Заявитель указал, что автомобиль не меняет фактического месторасположения на протяжении значительного периода времени. В подтверждение распространения данной рекламы с использованием транспортного средства заявителем представлены фотографии.

Рассмотрение дела назначено на 5 августа 2020 года в 9 час. 30 мин.

Лицом, в действиях которого усмотрены признаки нарушения законодательства о рекламе, признан <...> – владелец автомобиля марки ИЖ-2126, госномер<...>, что подтверждается информацией УГИБДД ГУ МВД России по Алтайскому краю.

05 августа 2020г. на заседании Комиссии <...>. нарушение законодательства о рекламе не признал, пояснив, что информация, размещенная на конструкции, установленной на крыше автомобиля, рекламой не является; факт нахождения автомобиля на парковке по адресу: пр-т Комсомольский, д. 40, подтвердил. Однако указал, что автомобиль в течение дня передвигается по городу, в том числе с рекламной конструкцией на крыше, что подтверждается выписанными штрафами за нарушение ПДД. Документов, подтверждающих данный факт, <...> на заседание Комиссии не представил.

Комиссией рассмотрение дела отложено до 9 часов 30 минут 3 сентября 2020 года, в связи с необходимостью истребования и получения дополнительных документов и материалов, связанных с распространением рассматриваемой рекламы.

Антимонопольным органом направлен запрос в УГИБДД ГУ МВД России по Алтайскому краю об оказании содействия в рассматриваемом деле, в частности: привлекался ли <...>В. к административной ответственности по факту нарушения ПДД на автомобиле ИЖ-2126, госномер <...> <...>; допускается ли эксплуатация (передвижение) автомобиля с рекламной конструкцией, прочно и основательно закрепленной на крыше автомобиля; является ли установка рекламной конструкции на крыше автомобиля «внесением изменений в конструкцию транспортного средства», способным влиять на безопасность дорожного движения.

3 сентября 2020 года на заседании Комиссии <...>. продолжал придерживаться позиции, изложенной ранее, нарушение законодательства о рекламе не признал.

Комиссией рассмотрение дела отложено до 9 часов 30 минут 1 октября 2020 года, в связи с тем, что на дату рассмотрения дела ответ на запрос антимонопольного органа от УГИБДД ГУ МВД России по Алтайскому краю в материалы дела не поступил.

В соответствии с пунктом 3.41 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, 1 октября 2020 года рассмотрение дела отложено до 9 час. 30 мин. 20 октября 2020 года в виду отсутствия кворума на заседании Комиссии.

20 октября 2020 года на заседание Комиссии лица, участвующие в деле, не явились, уведомлены надлежащим образом, что в силу пункта 30 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, не является препятствием для рассмотрения Комиссии дела по существу в данном заседании в отсутствие указанных лиц.

Комиссия, исследовав материалы дела, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, пришла к следующим выводам.

Согласно материалам дела, в городе Барнауле по адресу: пр-кт Комсомольский, д.40 припаркован автомобиль марки ИЖ-2126 с государственным номером: <...>, на крыше которого установлена рекламная конструкция с информацией о продаже алкогольной продукции следующего содержания: «ПИВНОЙ ПОГРЕБОК КРУГЛОСУТОЧНО ул. Никитина, 30» и изображением стрелки в сторону магазина.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона «О рекламе» под рекламой понимается 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.

Объектом рекламирования, в силу пункта 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», могут выступать 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.

Независимо от формы или используемого средства распространения реклама должна быть распознаваема без специальных знаний или без применения технических средств непосредственно в момент ее представления именно как реклама.

Таким образом, признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, сформировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя.

Содержание размещенной на указанном автомобиле информации свидетельствует о том, что она по своему содержанию и целевой направленности является рекламой, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования: «ПИВНОЙ ПОГРЕБОК, КРУГЛОСУТОЧНО ул. Никитина, 30», формирует и поддерживает интерес к указанному объекту рекламирования и способствует продвижению его на рынке.

Федеральным законом «О рекламе» установлены особенности отдельных способов распространения рекламы.

Согласно материалам дела, рекламная конструкция с информацией «ПИВНОЙ ПОГРЕБОК, КРУГЛОСУТОЧНО ул. Никитина, 30» распространяется с использованием транспортного средства.

Часть 2 статьи 20 Федерального закона «О рекламе» запрещает 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.

В соответствии с письмом ФАС России от 10.07.2019 № ДФ/58724/19 «О рекламе на транспортном средстве» по смыслу данного запрета, размещение рекламы на

транспортном средстве, основным предназначением которого является распространение рекламы (в том числе создание транспортного средства в виде определенного товара), а также переоборудование транспортного средства для распространения рекламы с частичной утратой тех функций транспортного средства, для выполнения которых оно было создано изначально, должно рассматриваться как неисполнение установленных Федеральным законом «О рекламе» требований. Вместе с тем, такое использование транспортного средства является не единственным способом использования транспортного средства исключительно или преимущественно в качестве передвижной рекламной конструкцией.

К преимущественному использованию транспортного средства в качестве рекламной конструкции можно отнести случаи, когда транспортное средство с размещенным на нем билбордом, светодиодным экраном или иным рекламным носителем в течение длительного времени стоит на одном месте без передвижения. При этом, такая возможность отнесения определяется исходя из всех обстоятельств размещения такого транспортного средства.

Кроме того в силу письма ФАС России от 02.05.2012г. № АК/13623, оценку длительности размещения транспортного средства на одном месте для целей части 2 статьи 20 Федерального закона «О рекламе» следует проводить исходя из разумности стоянки транспортного средства, а также с учетом места размещения транспортного средства.

Антимонопольным органом установлено, что автомобиль марки ИЖ-2126 с госномером <...> систематически находился на парковке по проспекту Комсомольский, д.40, что подтверждается актами наблюдений № 33 от 15.06.2020г., №48 от 20.07.2020г., а также поступившим заявлением жителя города Барнаула.

Материалы дела подтверждают факт нахождения обозначенного выше автомобиля на одном месте в течение длительного периода времени и использование его преимущественно в качестве рекламной конструкции, что недопустимо в силу закона и является нарушением ч.2 ст. 20 Федерального закона «О рекламе».

Кроме того, согласно информации, представленной УГИБДД ГУ МВД России по Алтайскому краю на запрос антимонопольного органа, установка рекламной конструкции в качестве дополнительного предмета оборудования транспортного средства является внесением изменений в конструкцию транспортного средства. В связи, с чем эксплуатация транспортных средств, в конструкцию которых внесены изменения ГИБДД МВД РФ, запрещается. 30.01.2020 года <...>, привлекался к административной ответственности по факту нарушения Правил дорожного движения Российской Федерации, утвержденных Постановлением Совета Министров – Правительства Российской Федерации от 23.10.1993 №1090, на транспортном транспорте «ИЖ-2126», государственный регистрационный номер <...>, как собственник указанного транспортного средства (нарушение зафиксировано комплексами автоматической фото-, видеофиксации административных правонарушений).

Федеральным законом «О рекламе» установлены требования и ограничения к рекламе алкогольной продукции.

В соответствии с п.5 ч.2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.

Действие рекламы алкогольной продукции (пива) направлено на неограниченное количество лиц, в том числе на тех, кто не является потребителями такой продукции (например, несовершеннолетние), поскольку размещение рекламы алкогольной продукции посредством рекламной конструкции, то есть способом, обеспечивающим ее свободное восприятие, делает такую рекламу доступной для этих лиц.

В соответствии с ч.4 ст.2 Федерального закона «О рекламе», специальные требования и ограничения, установленные в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого Федеральным законом «О рекламе» установлены специальные требования и ограничения.

В соответствии с Письмом ФАС России №АК/76734/18 от 24.09.2018г. «О применении статьи 21 Федерального закона «О рекламе», указание сведений, формирующих интерес к пиву, как напитку, в рекламе, объектом рекламирования которой выступает продавец товаров, позволяет сделать однозначный вывод о том, что объектом рекламирования выступает деятельность такого лица по продаже алкогольной продукции, представляющей собой пиво и напитки, изготовляемые на основе пива.

Согласно сведениям с сайта 2gis.ru/barnaul по адресу: ул. Никитина, д.30, указанному в рассматриваемой рекламе, расположен бар «Пивной погребок», который выступает объектом рекламирования в рассматриваемой рекламе.

Таким образом, реклама «ПИВНОЙ ПОГРЕБОК, КРУГЛОСУТОЧНО ул. Никитина, 30» является рекламой продавца алкогольной продукции - пива, на которую, с учетом ч.4 ст. 2 Федерального закона «О рекламе», распространяются требования и ограничения, предъявляемые к рекламе алкогольной продукции. Следовательно, наружная реклама продавца алкогольной продукции недопустима, что указывает на нарушение запрета, установленного п.5 ч.2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со ст.38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований ч.2 ст.20 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель и рекламораспространитель, за нарушение требований п.5 ч.2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» - рекламораспространитель.

Рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является<...>. – владелец транспортного средства марки ИЖ-2126, посредством которого распространяется реклама «ПИВНОЙ ПОГРЕБОК, КРУГЛОСУТОЧНО ул. Никитина, 30».

Согласно пункту 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», реклама, не

соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, признается ненадлежащей.

Рассматриваемая Комиссией Алтайского краевого УФАС России реклама рекламная «ПИВНОЙ ПОГРЕБОК, КРУГЛОСУТОЧНО ул. Никитина, 30», распространенная с использованием транспортного средства, является ненадлежащей, так как при ее распространении нарушен установленный частью 2 статьи 20 Федерального закона «О рекламе» запрет на использование транспортных средств исключительно или преимущественно в качестве передвижных рекламных конструкций, а также запрет на распространение наружной рекламы алкогольной продукции, предусмотренной ч.2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

Нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1.Признать рекламу «ПИВНОЙ ПОГРЕБОК, КРУГЛОСУТОЧНО ул. Никитина, 30», распространенную в городе Барнауле с использованием транспортного средства марки ИЖ-2126 госномер <...>, ненадлежащей, поскольку при ее распространении нарушены требования ч. 2 ст. 20, п. 5 ч. 2, ст. 21 Федерального закона «О рекламе».

2.Выдать гр. <...> обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3.Передать материалы дела в ГУ МВД России по Алтайскому краю для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 2 статьи 14.38 КоАП РФ.

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

Председатель Комиссии:<...>

Члены Комиссии: <...>

<...>