

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 050/05/20-3/2024

Резолютивная часть решения оглашена «20» марта 2024 г.

В полном объеме решение изготовлено «03» апреля 2024 г.

«03» апреля 2024 г.

г. Москва

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

Председатель Комиссии:

<...> – заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области (далее – Управление).

Члены Комиссии:

<...> – <...> отдела контроля за рекламной деятельностью и недобросовестной конкуренцией Управления;

<...> – <...> отдела контроля за рекламной деятельностью и недобросовестной конкуренцией Управления, рассмотрев дело № 050/05/20-3/2024, возбужденное по факту размещения на борту транспортного средства с регистрационным номером <...>, оставленного по адресу: Московская область, г. Королев, ул. Пушкинская, около пересечения с ул. Пионерской, рекламы следующего содержания: «Школа плавания <...>/Первая тренировка бесплатно *В детской секции г. Королев, ул. М.К. Тихонравова 17, бассейн «Чайка»/<...>» с признаками нарушения части 2 статьи 20 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛА:

В Управление поступило обращение физического лица о размещении на борту транспортного средства с регистрационным номером <...>, оставленного по адресу: Московская область, г. Королев, ул. Пушкинская, около пересечения с ул. Пионерской, рекламы следующего содержания: «Школа плавания <...>/Первая тренировка бесплатно *В детской секции г. Королев, ул. М.К. Тихонравова 17, бассейн «Чайка»/<...>» с признаками нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Обращение).

В ходе рассмотрения Обращения Управлением установлено, что транспортное средство с регистрационным номером <...> используется преимущественно в

качестве передвижной рекламной конструкции, в том числе переоборудовано для распространения рекламы, в результате чего транспортное средство частично утратило функции, для выполнения которых оно было предназначено, что свидетельствует о наличии признаков нарушения части 2 статьи 20 Закона о рекламе.

Управлением установлено, что оказание рекламируемых услуг осуществляется Индивидуальным предпринимателем <...>.

Также в ходе рассмотрения Обращения Управлением установлено, что собственником транспортного средства с регистрационным номером <...> является <...>.

<...> и <...> свою правовую позицию по настоящему делу в Управление не представили, ввиду чего дело рассмотрено на основании имеющихся документов.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия установила следующее.

В силу положений пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе рекламой признается 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.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе 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.

В силу пункта 3 статьи 3 Закона о рекламе товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Таким образом, под рекламой понимается определенная неперсонифицированная информация, направленная на продвижение определенного объекта рекламирования, даже если она направляется по определенному адресному списку.

Информацию, размещенную на борту транспортного средства с регистрационным номером <...>, оставленного по адресу: Московская область, г. Королев, ул. Пушкинская, около пересечения с ул. Пионерской, следует квалифицировать как рекламу, поскольку она соответствует всем приведенным в статье 3 Закона о рекламе критериям, а именно является информацией «Школа плавания <...>/Первая тренировка бесплатно *В детской секции г. Королев, ул. М.К.

Тихонравова 17, бассейн «Чайка»/«...»», адресованной неопределенному кругу лиц (прицеп оставлен параллельно тротуару, таким образом, информация свободно обозревается с проезжей и пешеходной частями дороги) и направленной на формирование интереса к образовательным услугам по обучению плаванию.

Учитывая изложенное, место и способ распространения рассматриваемой рекламы являются общедоступными для неопределенного круга лиц потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по территории ее распространения и кругу лиц-потребителей рекламы Комиссией не установлено.

В соответствии с частью 2 статьи 20 Закона 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 случаев использования транспортного средства преимущественно в качестве рекламной конструкции является случай, 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 стоянки транспортного средства, а также с учетом места размещения транспортного средства.

Таким образом, запрещается использование транспортных средств только для целей распространения рекламы (исключительно в качестве рекламной конструкции), а также преимущественно для данных целей, однако с сохранением возможности его использования для иных изначальных целей.

Под указанный запрет подпадает использование транспортного средства, основным назначением которого является распространение рекламы (в том числе создание транспортного средства в виде определенного товара), а также переоборудование транспортного средства с частичной утратой тех функций, для выполнения которых оно было создано изначально.

Согласно письму ГУ МВД России по Московской области от 18.12.2023 № 48903/23 транспортное средство марки «Русич 71930С» с государственным регистрационным знаком <...> (далее – Транспортное средство) изначально зарегистрировано в качестве прицепа к легковому автомобилю.

Также, по мнению специалистов ФАС России, 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 возможность отнесения транспортного средства с размещенным на нем билбордом или иным рекламным носителем к такому, которое в течение

длительного времени стоит на одном месте без передвижения, определяется исходя из всех обстоятельств размещения такого транспортного средства.

По мнению специалистов ФАС России, в случае, если транспортное средство с размещенным на нем рекламным носителем регулярно используется исключительно для целей распространения рекламы, или припарковано на одном месте в технически неисправном состоянии (например, без колес), либо находится на парковке без передвижения в течение значительного количества времени, использование транспортного средства указанным образом может рассматриваться как нарушение части 2 статьи 20 Закона о рекламе.

Транспортное средство с 03.08.2023 по 14.11.2023 стояло на одном месте без передвижения, что зафиксировано фотографиями, приложенными к Обращению, а также актом выезда от 14.11.2023 № б/н.

Учитывая изложенное, Комиссия приходит к выводу о том, что Транспортное средство используется преимущественно в качестве передвижной рекламной конструкции.

Следовательно, распространение рассматриваемой рекламы осуществлено с нарушением части 2 статьи 20 Закона о рекламе.

Частью 6 статьи 38 Закона о рекламе установлено, что рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 2 статьи 20 Закона о рекламе.

В силу положений пункта 5 статьи 3 Закона о рекламе рекламодателем признается изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодателем может быть как лицо, заинтересованное в реализации объекта рекламирования (изготовитель товара, продавец товара, лицо, оказывающее услуги), так и иное лицо, если указанное лицо совершило действия по выбору объекта рекламирования.

Отнесение того или иного лица к рекламодателю осуществляется исходя из объекта рекламирования, к которому формируется интерес в рекламе, условий договора о распространении рекламы, а также иных обстоятельств распространения рекламы. Рекламодателем такой рекламы признается лицо, которое в силу объекта рекламирования и обстоятельств заинтересовано в распространении рекламы.

В постановлении Арбитражного суда Московского округа от 06.07.2021 по делу № А40-134375/2020 суд отметил, что решающим фактором при определении рекламодателя является наличие интереса в распространении рекламы в отношении объекта рекламирования.

Аналогичный вывод отражен в постановлении Арбитражного суда Московского округа от 26.09.2017 по делу № А40-240073/2016.

При этом отнесение того или иного лица к рекламодателю осуществляется исходя из объекта рекламирования, к которому формируется интерес в рекламе.

Согласно сведениям из Единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей основным видом экономической деятельности ИП <...> является образование дополнительное детей и взрослых, идентифицированное кодом 85.41 ОКВЭД.

По информации, представленной ПАО «МТС», абонентский номер <...>, указанный в рассматриваемой рекламе, выделен ИП <...>.

Таким образом, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП <...>.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 2 статьи 20 Закона о рекламе.

Рекламодателем признается лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (пункт 7 статьи 3 Закона о рекламе).

Таким образом, рекламодателем рассматриваемой рекламы является <...> как собственник Транспортного средства.

На основании изложенного Комиссия приходит к выводу о том, что ИП <...> и <...> своими действиями нарушили часть 2 статьи 20 Закона о рекламе.

В соответствии с пунктом 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922 (далее – Правила), при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На дату вынесения решения по настоящему делу у Комиссии отсутствуют сведения о продолжении распространения рассматриваемой рекламы.

Таким образом, основания для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе отсутствуют.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42-48 Правил, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рассматриваемую рекламу ненадлежащей, не соответствующей требованиям части 2 статьи 20 Закона о рекламе.
2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не выдавать.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу ГУ МВД России по Московской области для рассмотрения вопроса о необходимости возбуждения дела по признакам нарушения части 2 статьи 14.38 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии
<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>