

Исх. №ВЧ-08/899 от 31.01.2024 г.

Комиссия Татарстанского УФАС России по рассмотрению дела о нарушении Законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии: <...> – (должностное лицо)  
Члены Комиссии: <...> – (должностное лицо)  
<...> – (должностное лицо)

рассмотрев дело №016/05/20-1648/2023 в отношении <...> (<...>) и <...> (дата рождения 19.12.1955 г.р.) по факту использования транспортного средства (прицепа) с государственным регистрационным знаком <...> исключительно или преимущественно в качестве передвижной рекламной конструкции, находящейся по адресу: <...> путем размещения рекламы с текстом: «<...>», «<...>», что имеет признаки нарушения части 7 статьи 5, части 2 статьи 20 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе»,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан поступило Муниципального образования города Казани (вх. №9748 от 15.09.2023 г.) по факту использования транспортного средства (прицепа) с государственным регистрационным знаком <...> исключительно или преимущественно в качестве передвижной рекламной конструкции, находящейся по адресу: <...> путем размещения рекламы с текстом: «<...>», «<...>», что имеет признаки нарушения части 2 статьи 20 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

Фотоизображение приведено ниже.

<...>

В рассматриваемом случае рекламируются услуги по списанию долгов.

На основании фотоматериалов установлено, что указанное транспортное средство (прицеп) с государственным регистрационным знаком <...> с рекламным текстом: «<...>», «Поможем избавиться от долгов и кредитов законно» находилось в одном и том же месте 16.08.2023 года, 29.08.2023 года.

На транспортном средстве размещена реклама со следующими сведениями: «<...>».

Таким образом, транспортное средство (прицеп) с государственным регистрационным знаком <...>, находящееся по адресу: <...> используется исключительно в качестве передвижной рекламной конструкции.

В соответствии с Постановлением Правительства от 23.10.1993 г. № 1090 «О Правилах дорожного движения» (вместе с «Основными положениями по допуску транспортных средств к эксплуатации и обязанности должностных лиц по обеспечению безопасности дорожного движения»), прицеп – транспортное средство, не оборудованное двигателем и предназначенное для движения в составе с механическим транспортным средством. Термин распространяется также на полуприцепы и прицепы-ропуски

В пункте 1 статьи 3 Закона «О рекламе» дано понятие рекламы — 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 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.

Согласно части 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 к которым направлена реклама.

Информация, распространяемая на транспортном средстве, с текстом «<...>», имеет все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; преследует строго заданные цели информирования: продвижение на рынке, призвана формировать и поддерживать интерес к услугам и товарам, предоставляемым соответствующим рекламодателем.

Согласно ответу УГИБДД МВД по РТ, транспортное средство (прицеп) с государственным регистрационным знаком <...> принадлежит <...> (<...>).

В соответствии с ответом оператора сотовой связи ПАО «Мегафон» абонентский номер, указанный в рекламе: <...> зарегистрирован на <...> (<...>).

На заседание Комиссии <...> представил письменные пояснения, согласно которым прицеп с государственным номером <...> был продан в июле 2022 года <...>, что подтверждается Договором.

<...> представил документы, согласно которым прицеп с государственным номером <...> был продан <...>, что подтверждается Договором.

Согласно пояснениям <...>, прицеп был приобретен у <...> по Договору купли-продажи от 17.07.2022. Прицеп используется как транспортное средство для перевозки грузов и временно был установлен на парковочное место по адресу: <...>. Прицеп убран в сентябре 2023 года, однако, подтверждающие документы к материалам не приложены.

Кроме того <...> ведет деятельность консультационную без извлечения прибыли в связи с чем, организационной формы не имеет. Информация, размещенная на тенте соответствует Закону о рекламе и Федеральному Закону «О несостоятельности».

Согласно пункту 1 Письма ФАС России от 02.05.2012 №АК/13623 «О рекламе на

транспортных средствах и квалификации информации, размещенной на сайте» в части 2 статьи 20 Федерального закона «О рекламе» использование транспортных средств исключительно или преимущественно в качестве передвижных рекламных конструкций запрещается.

Таким образом, запрещается использование транспортных средств только для целей распространения рекламы (исключительно в целях 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 предназначением 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.

Кроме того, 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.

В соответствии с Письмом ФАС России от 20.05.2013 №АК/19504/13 «О внесении изменений в ФЗ «О рекламе» и КоАП РФ» в части 2 статьи 20 Закона «О рекламе» приведен один из видов использования транспортных средств исключительно или преимущественно в качестве передвижных рекламных конструкций - 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.

Кроме того, Данные рекламные записи вводит в заблуждение потребителей возможностью не исполнения, взятых па себя договорных обязательств путем «<...>», «<...>» списания имеющихся долгов, что в целом побуждает потребителя изначально отказаться от необходимости оплаты кредита и долгов, не смотря на имеющуюся силу договора и закона.

Гак информация со словами и словосочетаниями «<...>» «<...>» акцентируют внимание на абсолютной возможности физического лица - должника избавиться от кредита, что среди некоторых категорий потребителей может, расценена как побуждение «брать кредиты и не отдавать»

Реклама, по своей сути, это информация, которую ее получатель не ищет, не запрашивает, реклама появляется в поле зрения потребителя именно с целью привлечь внимание к какому-либо объекту рекламирования, вызвать у потребителя интерес к такому объекту, сформировать желание воспользоваться таким объектом, приобрести его.

В рекламной записи указана информация «<...>», но по состоянию на 01.12.2023 г. никаких законных способов, по которым можно без последствий списать долги по кредитам или займам, не существует.

Единственным и способ полностью избавиться от долгов — объявить себя банкротом (Статьей 2 ФЗ от 26.10.2002 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)»). Это можно сделать в упрощенном порядке или через суд. Но в любом случае банкротство — это не просто способ избавиться от кредитов, которые не хочется платить, а крайняя мера с довольно неприятными последствиями (Статья 213.30 федерального закона от 26.10.2002 № 127-03 «О несостоятельности устанавливает последствия признания гражданина банкротом).

В рекламной записи не содержится информация, каким именно образом будет происходить процесс списания долгов, а также не конкретизированы детали процедуры, включая последствия и ограничения.

В рекламной записи указано только привлекательные условия оказания юридических услуги, что недопустимо, исходя из того, что реклама направлена на формирование у потребителей желания ею воспользоваться, а по средствам, предоставления лишь «привлекательной информации», возможно, обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой. В рекламе должны содержаться условия, которые позволяют потребителю правильно и в полном объеме отменить приемлемость условий получения необходимой ему услуги.

Отсутствие в рекламной записи указание на последствия о списании долгов свидетельствуют об отсутствии в рекламе всей существенной информации о рекламируемой услуге, об условиях ее использования, что искажает информацию и вводит потребители рекламы в заблуждение относительно дайной услуги и нарушает ч. 7 ст. 5 закона о рекламе.

Из положения части 6 статьи 38 Федерального Закона «О рекламе» следует, что за нарушение требований, установленных частью 2 статьи 20, части 7 статьи 5 Закона «О рекламе» несет ответственность рекламодатель.

Статьей 3 Закона «О рекламе» установлено, что рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, то есть <...> (<...>).

Статьей 3 Закона «О рекламе» установлено, что рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, то есть <...> (<...>).

Ввиду изложенного и на основании части 2 пункта 1 статьи 33, часть 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», а также в соответствии с пунктами 42 - 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать транспортное средство с государственным регистрационным знаком <...> с рекламным текстом: «<...>», «<...>» использованным исключительно или преимущественно в качестве передвижной рекламной конструкции, что является нарушением требований части 2 статьи 20 Федерального Закона «О рекламе».
2. Признать рекламодателем и рекламодателем <...> (<...>).

3. Дело в отношении <...> и <...> прекратить.

4. Выдать <...> предписание об устранении нарушений требований действующего законодательства Российской Федерации о рекламе.

5. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Татарстанского УФАС России для рассмотрения вопроса о привлечение лица к административной ответственности.

6. Передать материалы дела в УГИБДД МВД по РТ для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, в соответствии с Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 31 января 2024 г. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии:

<...> – (должностное лицо)

Члены Комиссии:

<...> – (должностное лицо)

<...> – (должностное лицо)