

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан по рассмотрению дел о нарушении законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель комиссии: <...>– (должностное лицо);

Члены комиссии: <...>– (должностное лицо);

<...>– (должностное лицо);

рассмотрев дело №016/05/20-781/2019, возбужденное по признакам нарушения требований части 2 статьи 20 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе») в отношении ООО «Шопоголик. РУ Фэшн» 420059, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Ботаническая, д. 23/31 корп. 1, кв. 8, по факту использования автомобилей марки ВАЗ-2107 с текстом рекламы: «shopaholic.ru Одежда Обувь и многое другое 30 дней гарантия на все!...», исключительно в качестве рекламной конструкции, данные действия имеют признаки нарушения части 2 статьи 20 Закона «О рекламе»

УСТАНОВИЛА:

В ходе проведения государственного контроля (надзора) Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Управление) было установлено правонарушение по факту использования исключительно в качестве рекламной конструкции автомобиля марки ВАЗ-2107 с государственным регистрационным номером М 857 НХ 16 RUS со следующим текстом: : «shopaholic.ru Одежда Обувь и многое другое 30 дней гарантия на все!...», что имеет признаки нарушения Федерального закона от 13 марта 2006г. № 38-ФЗ «О рекламе». Фотоизображения приведены ниже.

В пункте 1 статьи 3 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона «О рекламе» объектом рекламирования является 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.

Учитывая правовой смысл и содержание приведенных понятий рекламы и объекта рекламирования, информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах, а также об изготовителе (продавце) такого товара, то есть объекту рекламирования в целом.

Управлением был направлен запрос в Управление государственной инспекции безопасности дорожного движения (Управление ГИБДД МВД по РТ). В ответ на запрос ГИБДД МВД по РТ предоставило информацию на автомобиль с государственным регистрационным знаком М 857 НХ 16. Автомобиль принадлежит <...>.

В ходе дальнейшего расследования, выявлено, что автомобиль с государственным регистрационным знаком М 857 НХ 16 более не принадлежит <...>. Таким образом, ответственность за размещение рекламы несёт рекламодатель ООО «Шопоголик. РУ Фэшн». Рекламодатель привёл доводы о том, что один из людей подавших заявление на работу, попытался впечатлить работодателей ООО «Шопоголик. РУ Фэшн» разместив рекламу за свой счёт на автомобиль с государственным регистрационным знаком М 857 НХ 16. Данные доводы

не показались убедительными для комиссии.

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.

Реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, признается ненадлежащей.

Таким образом, данная реклама имеет признаки нарушения части 2 статьи 20 Закон «О рекламе».

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

В соответствии с статьей 3 Закона «О рекламе», рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств; рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо

В данном случае рекламодателем является ООО «Шопоголик. РУ Фэшн» (420059, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Ботаническая, д. 23/31 корп. 1, кв. 8; ИНН 1659171539; ОГРН 1161690100208).

Ввиду изложенного и на основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», а также в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

РЕШИЛА:

1. Признать ООО «Шопоголик РУ Фэшн» нарушившим часть 2 статьи 20 Федерального Закона «О рекламе» в части использования автомобиля преимущественно в качестве передвижной рекламной конструкции, на котором размещена реклама с текстом: «shopaholic.ru Одежда Обувь и многое другое 30 дней гарантия на все!...».
2. Выдать предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе ООО «Шопоголик РУ Фэшн» в связи с тем, что не были представлены доказательства о прекращении совершения нарушения.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Татарстанского УФАС России для рассмотрения вопроса о необходимости возбуждении дела об административном правонарушении.

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

Председатель
Комиссии
<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>