

## РЕШЕНИЕ

### по делу № 47/04-2017 р

Резолютивная часть решения оглашена 20 июля 2017 года.

В полном объеме решение изготовлено 02 августа 2017 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: Председателя Комиссии: <...> ; Членов Комиссии: <...> начальника отдела ФРИР Кировского УФАС России; <...>– специалиста отдела ФРИР Кировского УФАС России;

в отсутствие:

заявителя: МКУ «Городская реклама»;

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе: физического лица <...>

при ведении протокола <...>– специалистом отдела ФРИР Кировского УФАС России;

рассмотрев материалы дела № 47/04-2017р по признакам нарушения части 2 статьи 20 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 года «О рекламе» (далее по тексту – Федеральный закон «О рекламе») по вопросу размещения рекламной информации на автомобильном прицепе (<...>котором размещена следующая информация: «Дом свадьбы <...>»,

### УСТАНОВИЛА:

В Кировское УФАС России поступили материалы МКУ «Городская реклама» по вопросу размещения рекламной информации на автомобильном прицепе <...> следующая информация: «Дом <...> », что является нарушением части 2 статьи 20 Федерального закона «О рекламе».

Определением от 05.05.2017 возбуждено дело № 47/04-2017р в отношении владельца транспортного средства <...> , государственный регистрационный знак <...>

физического лица <...> рассмотрение назначено на 31.05.2017.

Заявитель - МКУ «Городская реклама» направил ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие представителя (вх. № 3879 от 31.05.2017).

Ответчик - физическое лицо <...> явку не обеспечил, представителя не направил, запрошенные документы не представил.

Определением от 31.05.2017 срок рассмотрения дела продлен, рассмотрение дела № 47/04-2017р назначено на 20.07.2017г.

Изучив материалы дела, Комиссия Кировского УФАС России приходит к следующим выводам.

Согласно ст. 3 Федерального закона «О рекламе», рекламой является информация, распространяемая 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 объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, 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. Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация, размещенная на автомобильном прицепе <...> следующего содержания: «Дом <...>», является общедоступной для восприятия неопределенного круга лиц (пешеходов, идущих вблизи нахождения транспортного средства, водителей), поскольку распространена посредством наружной рекламы, направлена на привлечение внимания потребителей к объекту рекламирования магазину «<...>», способствует формированию интереса к рекламируемым товарам и их продвижению на рынке, и по своему содержанию является рекламой.

Согласно [ч. 2 ст. 20](#) Федерального 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](#).

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 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.

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 [письме](#) Федеральной антимонопольной службы России от 02.05.2012 N АК/13623 содержатся разъяснения о том, что одним из случаев использования транспортного средства преимущественно в целях рекламной конструкции можно отнести 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](#) Федерального закона «О рекламе» следует проводить исходя из разумности срока стоянки транспортного средства, а также с учетом места размещения транспортного средства.

Согласно Постановлению Правительства РФ от 23.10.1993 N 1090 "О Правилах дорожного движения" "[Прицеп](#)" - транспортное средство, не оборудованное двигателем и предназначенное для движения в составе с механическим транспортным средством.

В ходе рассмотрения дела было установлено, что на парковочном месте по адресу: <...> располагается транспортное средство - автомобильный прицеп (государственный регистрационный знак <...>) на бортах которого размещена рекламная информация

следующего содержания: «Дом <...>». Указанное транспортное средство располагается под углом к проезжей части таким образом, что рекламная информация на его бортах обращена и хорошо видна как лицам, осуществляющим движение по проезжей части: улица Воровского и улица Производственная, так и пешеходам, идущим по вышеуказанным улицам.

Антимонопольным органом установлено, что указанное транспортное средство - автомобильный прицеп (государственный регистрационный знак <...>) используется исключительно в качестве рекламной конструкции (размещается на одном месте без передвижения в течение длительного времени с ноября 2016 по июль 2017 (дата принятия решения), транспортное средство используется в качестве рекламной конструкции).

Данный факт подтвержден актами фиксации, сделанными сотрудниками Кировского УФАС России в ходе выездов 10.11.2016 года в 07 часов 23 минуты, 11.11.2016 года в 07 часов 22 минуты, 21.11.2016 года в 07 часов 27 минут, 04.05.2017 года в 15 часов 06 минут, 19.07.2017 года в 14 часов 20 минут.

Кроме того, сотрудниками МКУ «Городская реклама» в ходе выездных проверок 20.02.2017 и 19.07.2017 также зафиксировано размещение вышеуказанного транспортного средства.

Исходя из вышеизложенного, транспортное средство - автомобильный прицеп (государственный регистрационный знак <...>) длительное время стоит на одном месте без движения, что подтверждается имеющимися в материалах актами фиксации, сделанными в разное время за период с 10 ноября 2016 по 19 июля 2017.

Таким образом, транспортное средство используется преимущественно в качестве рекламной конструкции.

Из имеющихся в материалах дела фотографий транспортного средства автомобильного прицепа (государственный регистрационный знак АЕ 8603/43) можно сделать вывод о том, что оно длительное время стоит на одном месте без движения, с частичной утратой тех функций, для выполнения которых оно было создано (перевозка грузов). Об этом свидетельствует тот факт, что шины его спущены (колеса лежат на ободке).

Кроме того, сцепное устройство транспортного средства жестко закреплено к бетонному блоку.

Таким образом, использование автотранспортного средства автомобильного прицепа (государственный регистрационный знак <...>) с размещенной на ней рекламой исключительно или преимущественно в качестве рекламной конструкции, в том числе переоборудование транспортного средства для распространения рекламы, является нарушением требований ч. 2 ст. 20 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с ч. 6 и ч. 7 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение ч. 2 ст. 20 Федерального закона «О рекламе» несет как рекламодатель (изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо), так и рекламораспространитель (лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств).

Согласно информации, представленной УМВД России по Кировской области (вх. № 2652 от 07.04.2017) владельцем транспортного средства <...> автомобильный прицеп (государственный регистрационный знак <...>) является <...>, зарегистрированный по адресу: <...>

Исходя из имеющихся документов <...> является рекламораспространителем спорной рекламы. Поэтому нарушение рекламного законодательства произошло по его вине.

Учитывая тот факт, что на момент принятия решения в материалах дела отсутствует

документальное подтверждение устранения нарушения, Комиссия решила выдать физическому лицу <...> предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства.

В соответствии с ч. 2 ст. 14.38 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, использование транспортного средства исключительно или преимущественно в качестве передвижной рекламной конструкции, в том числе переоборудование транспортного средства для распространения рекламы, в результате которого транспортное средство полностью или частично утратило функции, для выполнения которых оно было предназначено, переоборудование кузова транспортного средства с приданием ему вида определенного товара, - влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от трех тысяч до пяти тысяч рублей; на должностных лиц - от тридцати тысяч до пятидесяти тысяч рублей; на юридических лиц - от пятисот тысяч до одного миллиона рублей.

Комиссия считает необходимым передать материалы дела № 47/04-2017р в управление УГИБДД УМВД России по Кировской области для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 2 ст. 14.38 КоАП РФ в отношении физического лица <...>.

Руководствуясь ст. 3, ч. 2 ст. 20, ст. 33, ст. 36, ст. 38 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия,

#### **Р Е Ш И Л А:**

1. Признать рекламу, размещенную на автомобильном прицепе (государственный регистрационный знак <...>), расположенном по адресу: г. <...> следующего содержания: «Дом <...>», ненадлежащей, так как она противоречит ч. 2 ст. 20 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать физическому лицу <...> предписание об устранении нарушения ч. 2 ст. 20 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

3. Передать материалы дела в управление УГИБДД УМВД России по Кировской области для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 2 ст. 14.38 КоАП РФ.

*Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, в суд общей юрисдикции в порядке, предусмотренном ст. 131 Гражданского процессуального кодекса Российской Федерации.*

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>