

<...>

**РЕШЕНИЕ**  
**по делу № 3-20-68/77-18**

«22» мая 2018 года

г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия Московского УФАС России, Комиссия) в составе:

председателя Комиссии: <...>

членов Комиссии: <...><...>

рассмотрев дело № 3-20-68/77-18, возбужденное в отношении <...> (<...>) по признакам нарушения части 2 статьи 20 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), при распространении 17.01.2018 возле магазина «Билла», расположенного по адресу: г. Москва, Перовская ул., д. 32, рекламы фитнес-клуба «Progress» на транспортном средстве марки Газель г/н С623АА750,  
в отсутствие <...> (уведомлен надлежащим образом),

**УСТАНОВИЛА:**

Дело № 3-20-68/77-18 возбуждено Московским УФАС России 24.04.2018 на основании заявления Управы района Перово г. Москвы по факту распространения 17.01.2018 возле магазина «Билла», расположенного по адресу: г. Москва, Перовская ул., д. 32, рекламы фитнес-клуба «Progress» на транспортном средстве марки Газель г/н С623АА750.

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим

выводам.

<...> является физическим лицом, <...>.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, под рекламой понимается 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 неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Реклама распространялась на транспортном средстве возле магазина «Билла», расположенного по адресу: г. Москва, Перовская ул., д. 32.

Таким образом, установлено, что место и способ распространения рассматриваемой рекламы является общедоступным для неопределенного круга лиц потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по территории его распространения и кругу лиц-потребителей рекламы, Комиссией Московского УФАС России не установлено.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, под объектом рекламирования понимается товар, средство 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 соответствии с пунктом 3 статьи 3 Закона о рекламе товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Спорная реклама содержала в себе следующие сведения: «Progress фитнес-клуб. Начни новую жизнь вместе с нами! 2 тренажерных зала; 2 зала групповых занятий; кардио зона... Годовая клубная карта ВСЕГО ЗА 5000 рублей».

В настоящем случае, объектом рекламирования является фитнес-клуб «Progress».

На основании изложенного спорная информация является рекламой. Обратного в материалы дела не представлено.

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.

В соответствии с письмом ФАС России от 02.05.2012 № АК/13623 «О рекламе на транспортных средствах и квалификации информации, размещенной на сайте» 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.

Исходя из представленных сведений, рассматриваемое транспортное средство переоборудовано для распространения рекламы, в результате которого полностью или частично утратило функции, для выполнения которых оно было предназначено.

Так, на кузове данного автотранспортного средства размещены баннеры с рекламой фитнес-клуба «Progress». Кузов данного транспортного средства намеренно переоборудован для распространения рекламы и как следствие не предназначается для перевозки, так как стоит на одном месте без передвижения и не используется по назначению.

Таким образом, Комиссия приходит к выводу о том, что основным предназначением рассматриваемого автомобиля является распространение рекламы, что также подтверждается материалами дела.

На основании вышеизложенного Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о наличии в рекламе фитнес-клуба «Progress» на транспортном средстве марки Газель г/н С623АА750, распространенной 17.01.2018 возле магазина «Билла», расположенного по адресу: г. Москва, Перовская ул., д. 32, факта нарушения части 2 статьи 20 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение части 2 статьи 20 Закона о рекламе, в соответствии с частями 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе, несет рекламодатель и рекламораспространитель.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона о рекламе, под рекламодателем понимается изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Закона о рекламе, под рекламораспространителем понимается лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно имеющимся документам ГИБДД МОТОТРЭР г. Москвы

указанное транспортное средство на праве собственности принадлежит <...>, зарегистрированному по адресу:<...>

Исходя из вышесказанного, рекламодателем и рекламораспространителем является <...> Доказательств обратного в материалы дела не представлено.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС в действиях <...> установлено нарушение части 2 статьи 20 Закона о рекламе.

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пусть и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

Между тем, в результате проведенной проверки УВД по ВАО ГУ МВД России по г. Москве (исх. № 552общ от 22.03.2018) установлено, что транспортное средство, использующееся исключительно или преимущественно в качестве передвижной рекламной конструкции по указанному адресу, не обнаружено.

На основании изложенного Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу не выдавать <...> предписание о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 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 Московского УФАС России,

#### РЕШИЛА:

1. Признать <...> (<...>) нарушившим часть 2 статьи 20 Закона о рекламе в связи с распространением 17.01.2018 возле магазина «Билла», расположенного по адресу: г. Москва, Перовская ул., д. 32, рекламы фитнес-клуба «Progress» на транспортном средстве марки Газель г/н С623АА750.

2. Не выдавать <...> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии <...>

<...>

Исполнитель <...>