



**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ
ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О ВОЗБУЖДЕНИ ДЕЛА №066/05/19-2706/2022 И НАЗНАЧЕНИИ ДЕЛА К РАССМОТРЕНИЮ

12 августа 2022 г.

г. Екатеринбург

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе <...> (заместитель руководителя Управления), рассмотрев заявление физического лица (вх. №№ 299-ЭП/22 от 17.06.2022, 304-ЭП/22 от 17.06.2022) с жалобой на распространение в июне 2022 г по адресу: г. Екатеринбург, ул. Щорса, 29 (у ТЦ «Марс», магазин «Верный») звуковой рекламы розничного магазина одежды «Мир кожи и меха» при помощи звукотехнического оборудования, которое закреплено на столбе, с признаками нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛ:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области поступило заявление физического лица (вх. №№ 299-ЭП/22 от 17.06.2022, 304-ЭП/22 от 17.06.2022) с жалобой на распространение в июне 2022 г по адресу: г. Екатеринбург, ул. Щорса, 29 (у ТЦ «Марс», магазин «Верный») звуковой рекламы розничного магазина одежды «Мир кожи и меха» при помощи звукотехнического оборудования, которое закреплено на столбе, следующего содержания:

№1: «Добрый день, дамы и господа! Приглашаем всех на распродажу верхней одежды. Сегодня скидки 50 и 70% на кожаные куртки, дубленки, косухи, плащи и пуховики. Акция длится только один день, а количество размеров ограничено. Присутствуют также дополнительные скидки для пенсионеров. Наш вход находится в «Верном» и украшен воздушными шариками специально для поднятия вашего настроения. Ждем всех на закрытие магазина!»

№2: «Добрый день, дамы и господа! Приглашаем всех на закрытие магазина «Мир кожи и меха». Сегодня распродажа кожаных курток, дубленок, косух, плащей и пуховиков. Скидки 50 и 70% на весь ассортимент. Наш вход украшен воздушными шариками специально для поднятия вашего настроения. Успевайте! Акция длится только один день, а количество размеров ограничено».





Законодательством Российской Федерации согласно ч.4 ст.5 Федерального закона от 27.07.2006 №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» могут быть установлены виды информации в зависимости от ее содержания или обладателя. При этом под **рекламой** в ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) понимается 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 (п.1); под **объектом 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 (п.2); под **товаром** – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (п.3).

Согласно п.1 ст.4 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» товар - объект гражданских прав (в том числе работа, услуга, включая финансовую услугу), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

К объектам гражданских прав относятся вещи (включая наличные деньги и документарные ценные бумаги), иное имущество, в том числе имущественные права (включая безналичные денежные средства, бездокументарные ценные бумаги, цифровые права); результаты работ и оказание услуг; охраняемые результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации (интеллектуальная собственность); нематериальные блага (ст.128 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее - ГК РФ).

В соответствии с письмом ФАС России от 27.12.2017 № АК/92163/17 «О разграничении понятий вывеска и реклама» рекламой признается информация, позволяющая четко обозначить, индивидуализировать конкретный объект рекламирования, выделить его среди однородных товаров и сформировать к нему интерес в целях продвижения на рынке.

В Письме ФАС России от 16.03.2012 №ИА/7867 «О рекламе на дорожных знаках» разъяснено, что к рекламной информации, направленной на формирование и поддержание интереса

к определенному лицу и его продвижение на рынке относится указание следующей информации о лице:

- наименование юридического лица, индивидуального предпринимателя или название торгового предприятия данного лица (независимо от указания вида деятельности), выполненное с использованием товарных знаков, логотипов или иных индивидуализирующих данное лицо обозначений, цветов,
- контактная информация о лице (почтовый адрес, телефон, адрес сайта, электронной почты и т.п.),
- характеристика, описание лица, его деятельности,
- информация о производимых или реализуемых товарах.

Таким образом, характер информации и ее отнесение к рекламе либо не рекламе связан исключительно с ее **целевой направленностью** на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Как указано в постановлении Конституционного Суда Российской Федерации от 04.03.1997 № 4-П, реклама рассматривается законодателем как средство продвижения товаров, работ и услуг на общий рынок Российской Федерации.

Экономической целью размещения рекламы для лица, осуществляющего производство, реализацию товара (работ, услуг), является продвижение и продажа товара (работ, услуг) оптовому покупателю и конечному потребителю.

Признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, сформировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя.

В соответствии с позицией, изложенной в пункте 16 Информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 №37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

В спорных сообщениях указано наименование конкретного хозяйствующего субъекта - магазин «Мир кожи и меха», сообщены сведения об оказываемых данным лицом услугах - распродажа верхней одежды, о месте нахождения магазина - «в «Верном»», что позволяет выделить конкретный хозяйствующий субъект и его услугу, сформировать к нему интерес с целью его продвижения на рынке, информация обладает распознаваемостью для потребителя, следовательно, является рекламой.

Кроме того, по своему содержанию информация, доведенная до заявителя посредством сообщений из громкоговорителя, адресована неопределенному кругу лиц - «Дамы и господа!». 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 (Письмо ФАС РФ от 05.04.2007 № АЦ/4624). Гражданин приобретает и осуществляет права и обязанности под своим именем, включающим фамилию и собственно имя, а также отчество, если иное не вытекает из закона или национального обычая (п.1 ст.19 ГК РФ). Имя, полученное гражданином при рождении, а также перемена имени подлежат регистрации в порядке, установленном для регистрации актов гражданского состояния (п.3 ст.19 ГК РФ).

Предложения не являются персональными (в них не поименован адресат, не содержатся сведения о какой-либо услуге, которой мог бы воспользоваться исключительно заявитель), при этом, информация носит обобщенный характер, представляет интерес для неопределенного круга лиц, в связи с чем, к спорным сообщениям применимы требования Закона о рекламе.

В соответствии с ч.3.2 ст.19 Закона о рекламе распространение звуковой рекламы с использованием звукотехнического оборудования, монтируемого и располагаемого на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений, не допускается.

ФАС России в Письме от 02.11.2021 №КТ/93622/21 «О распространении звуковой рекламы с использованием звукотехнического оборудования» указала, что принятие Федерального закона от 26.05.2021 №150-ФЗ «О внесении изменения в ст.19 Закона о рекламе» и его последующее вступление в силу направлены на защиту интересов граждан в целях снижения на них нежелательной информационной нагрузки в виде звуковой рекламы в общественных местах.

Таким образом, с 25.08.2021 запрещается распространение звуковой рекламы, которая распространяется с использованием звукотехнического оборудования, монтируемого и располагаемого на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах любых зданий, строений, сооружений, в том числе не являющихся многоквартирными жилыми домами, и вне зависимости от того, на каком расстоянии от многоквартирных жилых домов расположено такое звукотехническое оборудование.

Как следствие, с 25.08.2021 **распространение звуковой рекламы**, которая распространяется с использованием звукотехнического оборудования, монтируемого и располагаемого на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах любых зданий, строений, сооружений, в том числе на территориях всех без исключения городских парков, набережных, уличных ледовых катков, иных спортивных площадок, пляжей, городских ярмарок, **не допускается** вне зависимости от заключенных гражданских-правовых договоров на распространение рекламы, а также **вне зависимости от уровня громкости такой рекламы**.

Положения ч.3.2 ст.19 Закона о рекламе не закрепляют запрет распространения звуковой рекламы в зависимости от способов установки звукоспроизводящих устройств.

Учитывая изложенное, ч.3.2 ст.19 Закона о рекламе запрещает распространение звуковой рекламы **на любых конструкциях**, в том числе не являющихся рекламными конструкциями, которые монтируются и располагаются на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений.

Дополнительно разъяснено, что в ч.1 ст.19 Закона о рекламе также содержится указание на «иные технические средства стабильного территориального размещения».

По мнению ФАС России, к иным техническим средствам стабильного территориального размещения следует относить любые конструкции, предназначенные для распространения рекламы, которые размещены **стационарно, прочно связаны с землей**, зданиями, строениями и сооружениями (т.е. с объектами недвижимого имущества) и не предназначены для перемещения.

Таким образом, например, **колонка, воспроизводящая рекламу, которая закреплена на столбе, прочно связанным с землей, подпадает под запрет ч.3.2 ст.19 Закона о рекламе**.

Ответственность за нарушение требований, установленных ч.3.2 ст.19 Закона о рекламе, несет рекламораспространитель.

Рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, согласно п. 7 ст. 3 Закона о рекламе.

ООО УК «Щорса, 29» сообщило (вх.№4081-ЭП/22 от 01.08.2022), что занимается только предоставлением коммунальных услуг собственникам здания. Арендой занимаются собственники торгового комплекса. Владельцем той части здания, по которой возникли вопросы, является ООО «Интер-Люкс».

ООО «Интер-Люкс» сообщило (вх.№4081-ЭП/22 от 01.08.2022), что является собственником нежилых помещений, расположенных по адресу: г. Екатеринбург, ул. Щорса, д. 29, площадью 1154,90 кв.м., с кадастровым номером 66:41:0501008:77. Указанное помещение сдано в аренду ООО «Союз Святого Иоанна Воина» (ИНН) по договору аренды №66/35 от 28.02.2014. По договору Арендатор вправе сдавать помещения в субаренду (п. 2.4.4.).

ООО «Союз Святого Иоанна Воина» сообщило (вх.№4628-ЭП/22 от 08.08.2022), что часть нежилого помещения по адресу г. Екатеринбург, ул. Щорса, 29, сдавалась в субаренду индивидуальному предпринимателю <...> (ИНН 668504721988) по договору субаренды №66Ю/752 от 03.03.2022. К ответу приложены Акты приема-передачи помещения по договору субаренды №66Ю/752 от 03.03.2022 от 28.05.2022 и 16.06.2022.

Таким образом, предполагаемым рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ИП <...>.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 24, 25 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел,

возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утв. Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу №066/05/19-2706/2022 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

- заявитель: **физическое лицо**,

- лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства:

ИП <...> (ОГРНИП: 320665800109712, ИНН: 668504721988, дата присвоения ОГРНИП: 13.08.2020, адрес регистрации: <...>);

- заинтересованное лицо - **ООО «Союз Святого Иоанна Воина»** (ОГРН: 1127746172080, Дата присвоения ОГРН: 13.03.2012, ИНН: 7729705354, КПП: 772901001, 3-й Сетуньский проезд, 10, г. Москва, 119136).

3. Назначить дело к рассмотрению на **09 сентября 2022 г. в 12 час. 00 мин.** (время местное, московское время 10-00) по адресу: г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, 3 этаж, зал заседания комиссии (каб. 314) путем проведения видеоконференцсвязи через систему TrueConf, для участия в которой в указанное время необходимо перейти по ссылке <https://fas2.tconf.rt.ru/c/1604829714>

4. **ИП <...>** на основании ст.34 Закона о рекламе представить в Свердловское УФАС России в срок **до 05 сентября 2022 г.** следующие документы и сведения:

1) копию паспорта (разворот страниц с фотографией и пропиской);

2) копии всех договоров, во исполнение которых было осуществлено распространение спорной звуковой рекламы, включая все имеющиеся приложения (при наличии);

3) сведения о периоде распространения звуковой рекламы (с приложением подтверждающих документов), в том числе, фотографию состояния в настоящее время столба у входа в магазин «Верный» (ТЦ «Марс»), на котором был закреплен громкоговоритель;

4) материалы, подтверждающие факт прекращения распространения звуковой рекламы, с использованием закрепленного на столбах громкоговорителя, в том числе, и по иным адресам (в случае принятия подобных мер);

5) сведения о стоимости рекламной кампании, в рамках которой была распространена спорная реклама (с приложением подтверждающих материалов, в т.ч. платежных документов по оплате договоров);

6) письменное объяснение по факту распространения рекламы с признаками нарушения рекламного законодательства.

5. **ООО «Союз Святого Иоанна Воина»** на основании ст.34 Закона о рекламе представить в Свердловское УФАС России в срок **до 05 сентября 2022 г.** следующие документы и сведения:

1) письменные пояснения относительно предоставленной площади нежилого помещения по договору субаренды в размере всего 1 кв. м. и фактического размещения на гораздо большей площади магазина с верхней одеждой (см. фото);

2) сообщить, поступали ли жалобы на указанную звуковую рекламу, либо общество само обращалось к арендатору с претензией на ее распространение (с приложением копий подтверждающих материалов);

3) фотографию состояния в настоящее время столба у входа в магазин «Верный» (ТЦ «Марс»), на котором был закреплен громкоговоритель.

Явка лиц, участвующих в деле, для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна.

Управление информирует о возможности представить расписку о выборе формы получения процессуальных документов (указать номер дела) путем их направления по адресу электронной почты, указанной в расписке, с подтверждением того, что такой способ получения процессуальных документов будет являться надлежащим уведомлением (расписка должна быть

заполнена физическим, должностным лицом лично либо законным представителем юридического лица с приложением надлежащим образом заверенной копии документа, подтверждающего полномочия).

Председатель Комиссии

<...>