

РЕШЕНИЕ

по делу №012/05/19-347/2022

о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

«28» июля 2022 года
Йошкар-Ола

Г.

Резолютивная часть решения объявлена: «27» июля 2022 года

Полный текст решения изготовлен: «28» июля 2022 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя- начальник отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов <...>.

член Комиссии – главный специалист-эксперта отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов <...>.

член Комиссии – ведущий специалист-эксперта отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов <...>.

рассмотрев дело №012/05/19-347/2022, возбужденное по признакам нарушения частей 1, 5 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» в отношении ООО «Аптечный склад Марий Эл», ООО «Северо-Западная УК», ООО «УК Городок», ИП С., ООО «Атом», ООО «УК «ДУ-77», ООО «Колибри» по факту распространения рекламы Аптеки Апрель на рекламных стендах в подъездах многоквартирных домов г.Йошкар-Олы,

в присутствии представителя ООО «Атом» <...>, действующего на основании доверенности, участвующего в рассмотрении дела посредством видеоконференцсвязи через программу True Conf,

представителя ООО «УК Новопокровская» <...>, действующей на основании доверенности,

УСТАНОВИЛА:

Сотрудниками Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) установлены факт распространения рекламы сети аптек «Апрель» в г. Йошкар-Оле на рекламных конструкциях при входе в подъезды многоквартирных домов (<...>) следующего содержания:

Марийским УФАС России возбуждено дело №012/05/19-347/2022 по признакам нарушения частей 1, 5 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» по факту распространения рекламы Аптеки Апрель на рекламных стендах в подъездах многоквартирных домов г. Йошкар-Олы.

ООО «Атом» в ходе рассмотрения дела указало, что проводило местах размещения рекламной информации опрос жильцов многоквартирных домов, при этом из опроса следует, что жильцы дают согласие на размещение антивандальных табличек на входных дверях. Общество также отметило, что обращалось в администрацию города за согласованием размещения рассматриваемых конструкций, однако получило ответ что согласование размещения не требуется, поскольку антивандальные таблички не являются рекламными конструкциями. Кроме того, по мнению общества, размещаемые таблички не являются рекламными конструкциями, на которые требуется разрешение органа местного самоуправления, поскольку не подпадают по классификатору рекламных конструкций городского округа «Город Йошкар-Ола» в перечень рекламных конструкций, на которые необходимо получить соответствующее разрешение.

ООО «УК Новопокровская» в ходе рассмотрения дела указало, что не давало согласия на размещение рекламных конструкций на входных дверях многоквартирных жилых домов, договоры на размещение рекламных конструкций общество не заключало.

ИП С. письменные пояснения и документы во исполнение определений Марийского УФАС России не представил, своих представителей на рассмотрение дела не направил

Рассмотрев представленные в материалы дела документы и материалы, Комиссия приходит к следующим выводам.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) реклама - 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.

Под объектом рекламирования понимают 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.

Из содержания рекламы, следует, что объектом рекламирования является выдача денежных средств.

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 России от 05.04.2007 №АЦ/4624 «О понятии «неопределенный круг лиц»).

Проанализировав содержание спорной информации, способы её размещения и распространения, Марийское УФАС России пришло к выводу, что указанная информация по своему содержанию и целевой направленности является рекламой, так как адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования, формирование или поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке.

Рассматриваемая информация является рекламой, поскольку направлена на привлечение внимания к аптеке Апрель.

Деятельность в городе Йошкар-Оле под торговым наименованием «Сеть аптек Апрель» осуществляет ООО «Аптечный склад Марий Эл» (<...>).

Согласно представленным сведениям, ООО «Аптечный склад Марий Эл» в целях размещения рекламы заключило договоры с ООО «Атом» от 26.11.2021, ИП С. от 21.05.2021

В статье 244 Гражданского кодекса Российской Федерации установлено, что имущество, находящееся в собственности двух или нескольких лиц, принадлежит им на праве общей собственности. Общая собственность на имущество является долевой, за исключением случаев, когда законом предусмотрено образование совместной собственности на это имущество. Распоряжение имуществом,

находящимся в долевой собственности, осуществляется по соглашению всех ее участников.

В силу пункта 1 статьи 36 Жилищного кодекса Российской Федерации собственникам помещений в многоквартирном доме принадлежат на праве общей долевой собственности помещения в данном доме, в том числе межквартирные лестничные площадки, лестницы, лифты, лифтовые и иные шахты, коридоры, технические этажи, чердаки, подвалы, в которых имеются инженерные коммуникации, иное обслуживающее более одного помещения в данном доме оборудование (технические подвалы), а также крыши, ограждающие несущие и ненесущие конструкции данного дома, механическое, электрическое, санитарно-техническое и иное оборудование, находящееся в данном доме за пределами или внутри помещений и обслуживающее более одного помещения, земельный участок, на котором расположен данный дом, с элементами озеленения и благоустройства и иные предназначенные для обслуживания, эксплуатации и благоустройства данного дома объекты, расположенные на указанном земельном участке (далее - общее имущество в многоквартирном доме).

Собственники помещений в многоквартирном доме владеют, пользуются и в установленных Жилищным кодексом Российской Федерации и гражданским законодательством пределах распоряжаются общим имуществом в многоквартирном доме.

Таким образом, подъезды многоквартирного дома, лифт, стены, оконные проемы многоквартирного жилого дома, входная дверь в многоквартирный дом являются общей собственностью собственников многоквартирного дома.

Согласно п. 3.1 части 2 статьи 44 Жилищного кодекса Российской Федерации к компетенции общего собрания собственников помещений относится принятие решений об определении лиц, которые от имени собственников помещений в многоквартирном доме уполномочены на заключение договоров об использовании общего имущества собственников помещений в многоквартирном доме (в том числе договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций) на условиях, определенных решением общего собрания.

Статьей 46 Жилищного кодекса Российской Федерации определен порядок принятия решения общего собрания собственников помещений в многоквартирном доме, в том числе по вопросу заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции. Такое решение принимается большинством не менее двух третей голосов от общего числа голосов собственников помещений в многоквартирном доме.

Решения общего собрания собственников помещений в многоквартирном доме оформляются протоколами в порядке, установленном общим собранием собственников помещений в данном доме.

Учитывая изложенное, при размещении рекламы на общем имуществе собственников многоквартирного дома, независимо от места размещения такой рекламы, а также от использования или неиспользования несущих конструкций здания, необходимо получение согласия собственников помещений многоквартирного дома.

Доказательства того, что рассматриваемая реклама услуг ООО «Аптечный склад Марий Эл» размещена с согласия собственников жилых помещений отсутствуют.

Согласно части 1 статьи 19 Федерального закона «О рекламе» распространение наружной рекламы с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, проекционного и иного предназначенного для проекции рекламы на любые поверхности оборудования, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения (далее - рекламные конструкции), монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта осуществляется владельцем рекламной конструкции, являющимся рекламой распространителем, с соблюдением требований данной статьи.

Однако, перечень рекламных конструкций, обозначенный в ч.1 ст. 19 ФЗ «О рекламе», не является закрытым, поскольку перечень способов и видов распространения рекламы не определен и не ограничен.

В указанной части 1 статьи 19 Федерального закона «О рекламе» также содержится указание на «иные технические средства стабильного территориального размещения». 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. Федеральный закон «О рекламе» не содержит определения прочной связи конструкции с объектом недвижимого имущества. Вместе с тем, по мнению специалистов ФАС России, под «иными техническими средствами стабильного территориального размещения» понимаются любые конструкции, прочно (стабильно, стационарно) связанные с объектом недвижимого

имущества таким образом, что такая связь делает невозможным монтаж/демонтаж конструкции без использования специальных технических средств или устройств (машин, механизмов, инструментов и т.п.), такие конструкции при размещении на них рекламы являются рекламными конструкциями.

В случае если стенды, размещенные у входа в подъезды жилых домов, используются для распространения рекламы, прочно связаны с землей или зданием и их перемещение невозможно без использования специальных приспособлений или инструментов, такие стенды относятся к рекламным конструкциям, размещение которых должно осуществляться в соответствии с положениями статьи 19 Федерального закона «О рекламе», в том числе, о наличии разрешения на их установку и эксплуатацию, а также внесении данных конструкций в схему размещения рекламных конструкций.

Аналогичные выводы также отражены в письме ФАС России от 24.09.2020 №ДФ/82787/20.

На основании изложенного, данная табличка, содержащая рекламную информацию, и расположенная на входной двери путем является рекламной конструкцией.

Согласно части 5 статьи 19 Закона о рекламе установка и эксплуатация рекламной конструкции осуществляется ее владельцем по договору с собственником земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция, либо с лицом, уполномоченным собственником такого имущества, в том числе с арендатором.

На рекламных конструкциях размещена информация об управляющих компаниях ООО «Северо-Западная УК», ООО «УК Городок», ООО «Колибри», ООО «УК Домоуправление-77» (занимает половину площади рекламной конструкции).

В ходе рассмотрения дела ООО «Атом» представило копии договоров на размещение информационных табличек в подъездах: с ООО «Северо-Западная УК» (договор от 10.02.2022 №1/Й), ООО «Колибри» (договор от 10.02.2022 №1/Й). В соответствии с условиями заключенных договоров, управляющая компания предоставляет в безвозмездное пользование часть подъездной двери многоквартирных домов для размещения информационной таблички на подъезде.

Кроме того, в материалы дела ООО «Атом» представило протоколы опроса жителей многоквартирных жилых домов по адресам ул.Садовая, д.40, ул.Пушкина, д.6 и ул.Комсомольская, д.96, в соответствии с

которыми некоторые из жильцов дали согласие на размещение на входных дверях антиивандальных табличек с информацией об управляющей компании.

Однако Комиссия приходит к выводу о том, что собственники многоквартирных жилых домов согласие на размещение рекламы на входных дверях многоквартирных жилых домов не давали, ООО «Атом», ИП С. не заключали договоры на размещение рекламы с управляющими компаниями многоквартирных жилых домов, не получали согласие жильцов на размещение рекламы.

Таким образом, рассматриваемая реклама нарушает требования части 5 статьи 19 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 9 статьи 19 Закона о рекламе установка и эксплуатация рекламной конструкции допускаются при наличии разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (далее также - разрешение), выдаваемого на основании заявления собственника или иного указанного в частях 5, 6, 7 настоящей статьи законного владельца соответствующего недвижимого имущества либо владельца рекламной конструкции органом местного самоуправления муниципального района или органом местного самоуправления городского округа, на территориях которых предполагается осуществлять установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Сведения о получении разрешения органа местного самоуправления на размещение рекламных конструкций в материалы дела не представлено.

Более того, Администрация городского округа «Город Йошкар-Ола» в письменных пояснениях от 27.07.2022 №088/2294 указала, что разрешения на установку и эксплуатацию рассматриваемых рекламных конструкций не выдавало.

Таким образом, размещение рассматриваемой рекламы без получения разрешения органа местного самоуправления нарушает требования части 9 статьи 19 Закона о рекламе.

Пунктами 5, 6, 7 статьи 3 Закона о рекламе предусмотрены понятия рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя. Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В соответствии с условиями договоров, заключенных ООО «Атом», ИП С. с ООО «Аптечный склад Марий Эл», исполнитель осуществляет изготовление и монтаж рекламно-информационных материалов и размещение их на стендах над домофоном при входе в МКД.

На основании изложенного, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Аптечный склад Марий Эл», рекламодателем - ООО «Атом», ИП С.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламоателям, рекламопроизводителям, рекламодателем обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства.

В соответствии с письмом ФАС России от 25.09.2020 № ДФ/83374/20, в силу пункта 3.59 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12, при установлении факта нарушения законодательства о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения вправе выдать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе лицу, способному прекратить дальнейшее распространение рекламы, в которой выявлено нарушение Закона, в том числе если такое лицо не является лицом, в действиях которого содержатся признаки нарушения Федерального закона «О рекламе».

На момент рассмотрения дела доказательства устранения нарушения законодательства о рекламе в материалах дела отсутствуют.

Таким образом, Комиссия Марийского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе ИП С. и ООО «Атом».

Руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42-51 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу Аптеки Апрель на рекламных стендах в подъездах многоквартирных домов г.Йошкар-Олы следующего содержания:

ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования частей 5, 9 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 - ФЗ «О рекламе».

2.Выдать ИП С. и ООО «Атом» обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3.Передать материалы дела должностному лицу органов внутренних дел для рассмотрения вопроса о привлечении к административной ответственности.

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

Председатель Комиссии

Члены Комиссии