

## РЕШЕНИЕ

23 сентября 2020 года  
Липецк

г.

Резолютивная часть решения объявлена 22 сентября 2020 года.

Решение в полном объеме изготовлено 23 сентября 2020 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

<...>,

при рассмотрении дела № 048/05/20-561/2020, возбужденного по признакам нарушения ч. 2 ст. 20 Федерального закона от 13 марта 2006 года 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) физическим лицом <...> (<...>),

### **В отсуствие:**

лица, участвующего в деле,

### **УСТАНОВИЛА:**

В Липецкое УФАС России из МКУ «Городской центр рекламы» поступило обращение, о распространении информации на транспортном средстве с государственным номером <...>, следующего содержания: «SHAMPUR сеть кавказских бистро БИЗНЕС-ЛАНЧИ ШАШЛЫК ХИНКАЛИ ПЛОВ НА МАНГАЛЕ МЕКСИКАНСКАЯ ШАУРМА СВЕЖЕМОЛОТЫЙ КОФЕ Доватора, 10а +7(908)680-83-33 Оксанова, д. 5 Назови цифру 12 и получи скидку 10% 150 м».

Согласно п. 1 ч.1 ст. 3 Закона 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.

В соответствии с п. 2 ч. 1 ст. 3 Закона о рекламе - объект 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. 3 ч. 1 ст. 3 Закона гласит, что товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация, распространяющаяся на транспортном средстве с государственным номером <...> направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц, т.к. указанное транспортное средство стоит в парковочном кармане возле магазина «Перекресток» по адресу: г. Липецк, ул. Папина, д. 6.

Реклама является средством продвижения товаров, работ и услуг, а также самого изготовителя или продавца рекламируемого товара на определенном рынке.

Таким образом, 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.

Следовательно, информация, следующего содержания: «SHAMPUR сеть кавказских бистро БИЗНЕС-ЛАНЧИ ШАШЛЫК ХИНКАЛИ ПЛОВ НА МАНГАЛЕ МЕКСИКАНСКАЯ ШАУРМА СВЕЖЕМОЛОТЫЙ КОФЕ Доватора, 10а +7(908)680-83-33 Оксанова, д. 5 Назови цифру 12 и получи скидку 10% 150 м», распространяющаяся на транспортном средстве с государственным номером <...> соответствует понятию, изложенному в ст. 3 Федерального закона «О рекламе» и является рекламной, где объектом рекламирования является: услуги общественного питания (кафе).

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.

Оценка соблюдения указанного положения Закона о рекламе при размещении рекламы на транспортных средствах, по мнению ФАС России, должна осуществляться на основе определения целевого назначения использования транспортного средства.

Так, размещение рекламы на транспортном средстве, основным назначением которого является распространение рекламы (в том числе создание транспортного средства в виде определенного товара), а также переоборудование транспортного средства для распространения рекламы с частичной утратой тех функций транспортного средства, для выполнения которых оно было создано изначально (в том числе переоборудование транспортного средства в вид определенного товара), должно рассматриваться как неисполнение установленных Законом о рекламе требований.

Часть 2 статьи 20 Закона о рекламе запрещает использовать транспортное средство 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.

Кроме того, к преимущественному использованию транспортного средства в качестве рекламной конструкции можно отнести случаи, когда транспортное средство в течение длительного времени стоит на одном месте без передвижения.

В обращении, поступившем в Липецкое УФАС России из МКУ «Городской центр рекламы, приложены фотографии, фиксирующие факт распространения рекламы на транспортном средстве с государственным номером <...> в период 14.11.2019 г., 04.02.2020 г., с 10.06.2020 по 11.06.2020 г.

Сотрудниками Липецкого УФАС России зафиксирован факт распространения рассматриваемой рекламы в период с 18.06.2020 по 19.06.2020.

На всех имеющихся фотоматериалах транспортное средство припарковано на одном и том же месте.

Колеса транспортного средства спущены, что свидетельствует о том, что автомобиль длительное время находится на одном и том же месте.

Согласно части 7 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных частью 2 статьи 20 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

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

Распространителем рекламы может быть любой субъект, который доносит до конечного потребителя информацию о рекламируемом товаре, услуге, лице с использованием допустимых средств, способов, методов.

В ходе проведенного совместного мероприятия с ОГИБДД УМВД России по г. Липецку установлено, что владельцем транспортного средства является физическое лицо - <...>.

Таким образом, рекламодателем рассматриваемой рекламы является <...>.

Следовательно, реклама, распространяемая на транспортном средстве с государственным номером <...> в парковочном кармане возле магазина «Перекресток» по адресу: г. Липецк, ул. Папина, д. 6, следующего содержания: «SHAMPUR сеть кавказских бистро БИЗНЕС-ЛАНЧИ ШАШЛЫК ХИНКАЛИ ПЛОВ НА МАНГАЛЕ МЕКСИКАНСКАЯ ШАУРМА СВЕЖЕМОЛОТЫЙ КОФЕ Доватора, 10а +7(908)680-83-33 Оксанова, д. 5 Назови цифру 12 и получи скидку 10% 150 м», содержит признаки нарушения части 2 статьи 20 Закона о рекламе.

В связи с наличием признаков нарушения рекламного законодательства в рассматриваемой рекламе, Липецким УФАС России было возбуждено дело № 048/05/20-561/2020.

В ходе рассмотрения дела от <...> какие-либо документы и информация в адрес антимонопольного органа не поступали.

19.06.2020 г. инспектором ОГИБДД УМВД России по г. Липецку составлен протокол об административном правонарушении в отношении <...> по части 2 ст. 14.38 КоАП РФ. Правонарушение <...> выразилось в использовании транспортного средства, с государственным номером <...>, исключительно или

преимущественно в качестве передвижной рекламной конструкции.

Кроме того, факт использования <...> вышеуказанного транспортного средства преимущественно в качестве рекламной конструкции подтверждается постановлением Липецкого районного судебного участка № 2 от 10.08.2020 г. по делу № 5-528/2020.

Таким образом, изучив материалы дела, Комиссия Липецкого УФАС России приходит к выводу о наличии нарушения части 2 статьи 20 Закона о рекламе в рассматриваемых действиях.

В ходе проведения совместного выездного мероприятия Липецкого УФАС России с ОГИБДД УМВД России по г. Липецку, которое состоялось 19.06.2020 г., <...> рекламная конструкция, которая распространялась на транспортном средстве, была демонтирована.

В связи с прекращением распространения вышеуказанной рекламы, необходимость в выдаче предупреждения лицу, участвующему в деле, отсутствует.

Постановлением Липецкого районного судебного участка № 2 от 10.08.2020 по делу № 5-528/2020 <...> привлечен к административной ответственности по ч. 2 ст. 14.38 КоАП РФ.

Проанализировав имеющиеся в деле доказательства, в результате совещания, руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального 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,

#### **РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащей рекламу, следующего содержания: «SHAMPUR сеть кавказских бистро БИЗНЕС-ЛАНЧИ ШАШЛЫК ХИНКАЛИ ПЛОВ НА МАНГАЛЕ МЕКСИКАНСКАЯ ШАУРМА СВЕЖЕМОЛОТЫЙ КОФЕ Доватора, 10а +7(908)680-83-33 Оксанова, д. 5 Назови цифру 12 и получи скидку 10% 150 м», распространявшуюся на транспортном средстве, с государственным номером <...>, т.к. нарушена ч. 2 ст. 20 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе», рекламодателем которой является физическое лицо - <...> (<...>).

2. Не выдавать <...> предписание об устранении нарушения законодательства о рекламе, в связи с прекращением распространения ненадлежащей рекламы.

3. Передать материалы дела для решения вопроса о возбуждения дела об административном правонарушении в отношении лица, допустившего нарушение рекламного законодательства Российской Федерации, в связи с привлечением <...> к административной ответственности по ч. 2 ст. 14.38 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях за данное нарушение

**Решение может быть обжаловано в течение трёх месяцев со дня его принятия.**