

О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА № Р 16-07/17 ПО ПРИЗНАКАМ НАРУШЕНИЯ
ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

В соответствии со ст. 3 Закона 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.

Указанная информация содержит все правовые признаки рекламы, поскольку:

- распространена посредством использования конструкции, установленной на столбе, что служит опорой для знака дорожного движения.
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования – компания прямых поставок, кожаные куртки, дубленки и плащи, формирование или поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке.

Согласно ч. 3 ст. 19 Закона о рекламе, распространение рекламы на знаке дорожного движения, его опоре или любом ином приспособлении, предназначенном для регулирования дорожного движения, не допускается.

В соответствии с п. 13.8 (средства наружной рекламы) технического регламента Таможенного союза «Безопасность автомобильных дорог», утвержденного Решением Комиссии Таможенного союза от 18 октября 2011 № 827 ([далее - ТР ТС 014/2011](#)), в полосе отвода автомобильной дороги не допускается размещение рекламной или иной информации, не имеющей непосредственного отношения к организации движения.

С целью обеспечения безопасности дорожного движения, средства наружной рекламы не должны размещаться на дорожном знаке, его опоре или на любом другом приспособлении, предназначенном для регулирования движения; ухудшать видимость средств регулирования дорожного движения или снижать их эффективность; иметь сходство (по внешнему виду, изображению или звуковому эффекту) с техническими средствами организации дорожного движения и специальными сигналами, а также создавать впечатление нахождения на дороге транспортного средства, пешехода, животных или иного объекта; иметь яркость элементов изображения при внутреннем и внешнем освещении выше фотометрических характеристик дорожных знаков; освещаться в темное время суток на участках дорог, где дорожные знаки не имеют искусственного освещения; размещаться в зоне транспортных развязок, пересечений и примыканий автомобильных дорог, железнодорожных переездов и искусственных сооружений ближе расчетного расстояния видимости от них.

В соответствии с ТР ТС 014/2011, **полоса отвода автомобильной дороги** - это земельные участки (независимо от категории земель), которые

предназначены для размещения конструктивных элементов автомобильной дороги, дорожных сооружений и на которых располагаются или могут располагаться объекты дорожного сервиса.

Дорожный знак - это техническое средство организации движения с обозначениями и/или надписями, информирующими участников дорожного движения о дорожных условиях и режимах движения, расположении населенных пунктов и других объектов.

Согласно п. 4.2 ГОСТа Р 52289-2004 «Технические средства организации дорожного движения. Правила применения дорожных знаков, разметки, светофоров, дорожных ограждений и направляющих устройств», утвержденного приказом Ростехрегулирования от 15.12.2014 № 120-ст (далее - ГОСТ Р 52289-2004), не допускается размещать на знаках, на их оборотной стороне, светофорах и опорах, на которых они расположены, плакаты, транспаранты и другие устройства, не имеющие отношения к организации движения.

На основании п. 3.1 ГОСТа Р 52289-2004, техническое средство организации дорожного движения - дорожный знак, разметка, светофор, дорожное ограждение и направляющее устройство.

В соответствии с п. 3.2 ГОСТа Р 52289-2004, **знак дорожный** - устройство в виде панели определенной формы с обозначениями или надписями, информирующими участников дорожного движения о дорожных условиях и режимах движения, о расположении населенных пунктов и других объектов.

Согласно разъяснениям ФАС России от 16.03.2012 ИА/7867, в соответствии со ст. 19 Закона о рекламе, на знаке дорожного движения, его опоре или любом ином приспособлении, предназначенном для регулирования дорожного движения, не допускается, в частности, размещение следующей информации: наименование юридического лица, индивидуального предпринимателя или название торгового предприятия данного лица (независимо от указания вида деятельности) выполненное с использованием товарных знаков, логотипов и иных индивидуализирующих данное лицо обозначений, цветов, контактной информации о лице (почтовый адрес, телефон, адрес сайта, электронной почты и т.п.) характеристики, описания лица, его деятельности, информация о производимых или реализуемых товарах.

Также ФАС России в своих разъяснениях указывает, что положения ГОСТа Р 52289-2004 допускают размещение информации об объектах притяжения участников дорожного движения (адрес, телефон, вид деятельности, направление движения, расстояние до объекта, прочая информация, в том числе графическая) совместно со знаками 6.9.1, 6.9.2, 6.10.1, 6.12, при соблюдении определенных условий.

К такой информации могут относиться как сведения, направленные на

информирование участников дорожного движения без направленности на формирование и поддержание к нему интереса, так и сведения, направленные на формирование и поддержание интереса к определенному объекту притяжения участников дорожного движения с целью продвижения его на рынке.

Поскольку Закон о рекламе имеет более высокую юридическую силу, чем указанный ГОСТ Р 52289-2004, положения ГОСТа Р 52289-2004, с учетом ч. 2 ст. 40 Закона о рекламе, применяются в части, не противоречащей Закону о рекламе.

Соответственно, несмотря на возможность размещения в соответствии с ГОСТом Р 52289-2004 на знаках дорожного движения информации о любом объекте притяжения участников дорожного движения, не допускается к размещению на знаках дорожного движения, их опоре, согласно запрету, установленному в ч. 3 ст. 19 Закона о рекламе, информация, формирующая интерес к определенному лицу с целью продвижения его на рынке.

Размещение рекламы на опоре дорожных знаков угрожает безопасности дорожного движения, так как может отвлечь водителя и затруднить восприятие дорожных знаков.

Рассматриваемая реклама размещена на столбе, служащим опорой для знака дорожного движения.

При таких обстоятельствах рассматриваемая реклама размещена с признаками нарушения ч. 3 ст. 19 Закона о рекламе.

В силу положений, установленных п. 4 ст. 3 Закона о рекламе, ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Согласно ч. ч. 6, 7 ст. 38 Закона о рекламе за нарушение требований, установленных ч. 3 ст. 19 Закона о рекламе, ответственность несет рекламоделец и рекламодатель.

Согласно ч. 8 ст. 38 Закона о рекламе рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных ч. 3 ст. 19 Закона о рекламе, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

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

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламоделец – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с п. 6 ст. 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель - лицо,

осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Из материалов обращения усматривается, что рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является Индивидуальный предприниматель <...> (далее – ИП <...>) (ОГРНИП <...>; ИНН <...>).

На основании изложенного, руководствуясь п. 2 ч. 1 ст. 33, ч. 1, 2 ст. 36 Закона о рекламе, п. 20, 24 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, п. 3.25 Приказа ФАС России от 23.11.2012 № 711/12 «Об утверждении Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе»,

ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Возбудить производство по делу № Р 16-07/17 по признакам нарушения ч. 3 ст. 19 Закона о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

2.1. заявителя – физическое лицо.

2.2. лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, - ИП <...>, адрес места нахождения: <...>.

3. Назначить дело № Р 16-07/17 к рассмотрению **на 17 августа 2017 года на 15 часов 00 минут** по адресу: Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Интернациональная, д. 160, корпус А.

4. **ИП <...> в срок не позднее 14 августа 2017 года** представить следующие надлежащим образом заверенные копии документов и письменную информацию:

4.1. О рекламодателе, рекламораспространителе и рекламопроизводителе рассматриваемой рекламы (с указанием по каждому такому лицу: полного наименования, адреса места нахождения, Ф.И.О. руководителя, номеров тел./факса – для юридических лиц; Ф.И.О., адреса места регистрации - для физических лиц).

4.2. Копии всех документов со всеми изменениями, дополнениями и

приложениями (в том числе, приказов, распоряжений, заявок, договоров, счетов, счетов-фактур, платежных поручений, актов выполненных работ), опосредующих производство, размещение и распространение рассматриваемой рекламы.

4.3. Письменные пояснения каждого последовательно совершенного действия, направленного на производство, размещение и распространение рассматриваемой рекламы.

4.4. Поясняющие, кто определил содержание рассматриваемой рекламы, ее наполнение, кем, когда и каким образом одобрена (утверждена, согласована) реклама, в случае, если реклама не утверждалась и не согласовывалась, представьте соответствующую поясняющую письменную информацию с указанием причин непринятия мер по согласованию.

4.5. О периоде распространения рассматриваемой рекламы, с указанием дат начала и окончания распространения; если распространение продолжается на дату представления ответа – с указанием соответствующей поясняющей информации и даты начала распространения.

4.6. О территории (укажите субъекты Российской Федерации) распространения рассматриваемой рекламы.

4.7. О причинах размещения рассматриваемой рекламы без учета требований ч. 3 ст. 19 Закона о рекламе.

4.8. Копию свидетельства о регистрации <...> в качестве индивидуального предпринимателя.

4.9. Копию договора аренды помещения по адресу: <...>, павильон № 2, заключенного между ООО «Эльдорадо» и ИП <...> от 06.05.2017, для проведения выставки-продажи промтоваров (верхней одежды и обуви) сроком на один день – 06.05.2017 (с 09:00 ч. до 22:00 ч.).

5. **ИП <...>** (с паспортом) явиться лично и (или) обеспечить явку представителя (с надлежащим образом заверенной доверенностью) для участия в рассмотрении дела.

6. **Заявителю** явиться лично (с паспортом) и (или) обеспечить явку представителя (с надлежащим образом оформленной доверенностью) для участия в рассмотрении дела.

7. **О возможности рассмотрения дела в отсутствие лиц, участвующих в деле, сообщить не позднее 16 августа 2017 года, предварительно по факсу (8212) 21-41-29** или на электронный адрес: tol1@fas.gov.ru и направить такое обращение по почте.

Примечание:

При ответе на настоящее определение необходимо соблюдение нумерации пунктов, по приложениям необходимо указать, к какому пункту определения они прилагаются, с указанием номера пункта.

В случае отсутствия документов и письменной информации по отдельным пунктам настоящего определения, укажите на их отсутствие с пояснением причин отсутствия и указанием источника, где запрашиваемое может быть получено.

Представленное на определение должно быть подписано уполномоченным лицом, прилагаемые копии надлежащим образом заверены, подтверждена их достоверность и полнота. Кроме того, документы объемом более 1 печатного листа должны быть представлены в прошитом виде и пронумерованы.

В соответствии с ч. 6 ст. 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях непредставление в Федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных законодательством о рекламе, а равно представление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо представление недостоверных сведений (информации) - влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двух тысяч до десяти тысяч рублей; на юридических лиц - от двадцати тысяч до двухсот тысяч рублей.

Председатель комиссии <...>