

РЕШЕНИЕ

по делу № 06-06/02-2019

24 января 2019 года

город Омск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы России по Омской области (далее - Омское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель Комиссии - <...>, заместитель руководителя Омского УФАС России,

члены Комиссии: <...>,

рассмотрев дело № 06-06/02-2019 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения обществом с ограниченной ответственностью Автоломбард «Деловой подход» (далее - ООО Автоломбард «Деловой подход», Общество, ИНН 5501188793, ОГРН 1185543009189, место нахождения: <...>) требований части 11 статьи 5 и части 1 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в присутствии представителя ООО Автоломбард «Деловой подход» - <...> (доверенность от 21.01.2019 б/н),

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе 20.11.2018 специалистом Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области был установлен факт распространения на металлическом ограждении в районе строящегося здания по ул. Маяковского в г. Омске (между домами, расположенными по адресу: ул. Ленина, д. 53/ул. Маяковского, д. 9 и пр. К. Маркса, 16, напротив Сквера им. 30 лет ВЛКСМ) рекламы: «Деловой подход ЗАЙМ под ПТС 33-74-74 низкий %».

В соответствии с [пунктом 1 статьи 3](#) Федерального закона «О рекламе» реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме, 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.

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками - распространена наружным способом, в адрес неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания к компании «Деловой подход», в том числе к оказываемым ей услугам - выдача займов.

Согласно пункту 2 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» финансовая услуга - банковская услуга, страховая услуга, услуга на рынке ценных бумаг, услуга по договору лизинга, а также услуга, оказываемая финансовой организацией и связанная с привлечением и (или) размещением денежных средств юридических и физических лиц.

В соответствии с частью 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности должна содержать

наименование или имя лица, оказывающего эти услуги или осуществляющего данную деятельность (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя и (если имеется) отчество).

На момент выявления факта распространения вышеуказанной рекламы, информация о лице (организационно-правовая форма организации), оказывающем финансовую услугу, в рассматриваемой рекламе отсутствовала.

Одновременно в силу части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

В силу части 1 статьи 68 Конституции Российской Федерации [государственным языком](#) Российской Федерации на всей ее территории является русский язык.

Согласно части 6 статьи 1 Федерального закона от 01.06.2005 № 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации» при использовании русского языка как государственного языка Российской Федерации не допускается использования слов и выражений, не соответствующих нормам современного русского литературного языка (в том числе нецензурной брани), за исключением иностранных слов, не имеющих общеупотребительных аналогов в русском языке.

В соответствии с подпунктом 10 части 1 статьи 3 Федерального закона от 01.06.2005 № 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации» **государственный язык Российской Федерации подлежит обязательному использованию в рекламе.**

Под нормами современного русского литературного языка при его использовании в качестве государственного языка Российской Федерации понимается совокупность языковых средств и правил их употребления в сферах использования русского языка как государственного языка Российской Федерации.

В соответствии со структурой языка различаются орфоэпические, лексические, грамматические (словообразовательные, морфологические, синтаксические), орфографические, пунктуационные нормы. Все эти нормы важны для обеспечения функционирования русского языка как государственного.

Орфографические нормы – это правила написания слов, которые закреплены в орфографических словарях, учебных пособиях по русскому языку.

В рекламе «*Деловой подход ЗАЙМ под ПТС 33-74-74 низкий %*» допущено нарушение орфографических норм при написании слова «**заём**».

Согласно нормам современного русского языка слово «заём» в именительном падеже единственного числа пишется через букву «ё».

Таким образом, неправильное написание слов в рекламе, противоречащее нормам русского языка, недопустимо, и свидетельствует о признаках нарушения части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

На запрос Омского УФАС России ООО Автоломбард «Деловой подход» в письме от 26.11.2018 б/н была представлена следующая информация: «...В обществе с ограниченной ответственностью Автоломбард «Деловой подход» должностным лицом за согласование и размещение рекламы назначен директор – <...>, приказ от «02» апреля 2018 года за № 3...

...Указанное должностное лицо разработало макет для его последующего изготовления и размещения. После разработки макета, <...> обратился в рекламное агентство ООО «Яркий

мир», расположенное по адресу: <...>...

...При разработке рекламного макета, умысла на нарушение Федерального закона «О рекламе» у <...> не было».

ООО Автоломбард «Деловой подход» является рекламодателем, т.е. изготовителем или продавцом товара либо иным определившим объект рекламирования и (или) содержание рекламы (пункт 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», а также рекламораспространителем, т.е. лицом, осуществляющего распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (пункт 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»), следовательно, несет ответственность за размещение ненадлежащей рекламы.

На основании вышеизложенного определением Омского УФАС России от 10 января 2019 года в отношении ООО Автоломбард «Деловой подход» было возбуждено дело № 06-06/02-2019 по признакам нарушения требований части 11 статьи 5 и части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

На заседании Комиссии Омского УФАС России 24.01.2019 представитель ООО Автоломбард «Деловой подход» <...> пояснила, что «...умысла на нарушение Федерального закона «О рекламе» у <...> не было. В настоящее время рекламные баннеры демонтированы...».

Рассмотрев материалы дела № 06-06/02-2019, заслушав пояснения представителя ООО Автоломбард «Деловой подход» <...>, Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу о нарушении ООО Автоломбард «Деловой подход» требований части 11 статьи 5 и части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» при распространении наружной рекламы на металлическом ограждении в районе строящегося здания по ул. Маяковского в г. Омске (между домами, расположенными по адресу: ул. Ленина, д. 53/ул. Маяковского, д. 9 и пр. К. Маркса, 16, напротив Сквера им. 30 лет ВЛКСМ).

При этом Комиссия Омского УФАС России отмечает, что статья 38 Федерального закона «О рекламе» не устанавливает административной ответственность субъектов рекламной деятельности (реklamодатель, рекламораспространитель, рекламопроизводитель) за нарушение требований части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Учитывая, что нарушение законодательства о рекламе устранено в добровольном порядке (рассматриваемая реклама демонтирована), что подтверждается фотоснимками, имеющимися в деле, Комиссией Омского УФАС России сделан вывод о нецелесообразности выдачи ООО Автоломбард «Деловой подход» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На основании изложенного, руководствуясь пунктом 2 части 1 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 рекламу: «Деловой подход ЗАЙМ под ПТС 33-74-74 низкий %», распространенную 20.11.2018 ООО Автоломбард «Деловой подход» (ИНН 5501188793, ОГРН 1185543009189) на металлическом ограждении в районе строящегося здания по ул. Маяковского в г. Омске (между домами, расположенными по адресу: ул. Ленина, д. 53/ул. Маяковского, д. 9 и пр. К. Маркса, 16, напротив Сквера им. 30 лет ВЛКСМ), ненадлежащей, нарушающей требования части 11 статьи 5 и части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

2. Не выдавать ООО Автоломбард «Деловой подход» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в связи с устранением нарушения в

добровольном порядке.

3. Передать материалы дела должностному лицу Омского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении.

Решение изготовлено в полном объеме 25 января 2019 года.

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

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии: <...>