

РЕШЕНИЕ

по делу № 012/05/28-334/2024 о нарушении законодательства о рекламе

Резолютивная часть решения объявлена: 27 июня 2024 года

Полный текст решения изготовлен: 28 июня 2024 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее - Марийское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

- председатель Комиссии – заместитель руководителя – начальник отдела контроля закупок и антимонопольного контроля органов власти <...>;
- член Комиссии – главный специалист-эксперт отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов <...>;
- член Комиссии – ведущий специалист-эксперт отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов <...>,

рассмотрев дело № 012/05/28-334/2024, возбужденное в отношении ИП З., ИП Б., по факту распространения наружной рекламы финансовых услуг, в присутствии ИП З.,

УСТАНОВИЛА:

Марийским УФАС России был осуществлен осмотр наружной рекламы в городе Волжск, в результате которого 11.04.2024 установлен факт размещения рекламы финансовых услуг по адресу: РМЭ, г. Волжск, ул. Федина, д. 1/1, содержащей признаки нарушения Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), следующего содержания:

Из письменных пояснений ИП З. следует что собственниками рекламного баннера по адресу: Республика Марий Эл, г. Волжск, ул. Федина, д. 1, корп. 1 являются ИП Б., ИП З. Паспорт на рекламную конструкцию оформлен на ИП З., Согласование рекламного макета осуществлено между ИП З. и ИП К.

Комиссия Марийского УФАС России, рассмотрев полученные материалы и документы приходит к выводу о нарушении

законодательства о рекламе при распространении рассматриваемой рекламы на основании следующего.

В соответствии со ст. 1 Закона о рекламе целями данного Федерального закона являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в РФ единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения законодательства РФ о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Целью любого закона является защита и охрана определенных общественных интересов. Включение законодателем в цели Закона о рекламе предотвращения и пресечения ненадлежащей рекламы, говорит о том, что распространение такой рекламы уже является угрозой общественным интересам, охраняемым данным законом.

В соответствии с п. 1, 2, 3 ст. 3 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.

Рассматриваемая информация является рекламой, так как адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

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 (статья 3 Закона о рекламе).

Из смысла содержания вышеуказанной рекламы, следует, что объектом рекламирования являются услуги по реализации товара в кредит.

Согласно п. 2 ст. 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции), под финансовой услугой понимается 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.

Согласно п. 6 ст. 4 Закона о защите конкуренции, финансовая организация хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги, - кредитная организация, профессиональный участник рынка ценных бумаг, организатор торговли, клиринговая организация, микрофинансовая организация, кредитный потребительский кооператив, страховая организация, страховой брокер, общество взаимного страхования, негосударственный пенсионный фонд, управляющая компания инвестиционных фондов, паевых инвестиционных фондов, негосударственных пенсионных фондов, специализированный депозитарий инвестиционных фондов, паевых инвестиционных фондов, негосударственных пенсионных фондов, ломбард (финансовая организация, поднадзорная Центральному банку Российской Федерации), лизинговая компания (иная финансовая организация, финансовая организация, не поднадзорная Центральному банку Российской Федерации).

Таким образом, согласно Закону о защите конкуренции, под финансовую услугу подпадают конкретные услуги, прямо указанные в данном определении, а также иные услуги, связанные с привлечением, размещением денежных средств.

Само содержание спорной рекламы подтверждает ее направленность на привлечение внимания потенциальных клиентов, в том числе, и к возможности приобретения шуб в кредит, то есть оказания финансовой услуги.

Таким образом, рассматриваемая реклама является рекламой финансовой услуги и на нее распространяются специальные требования.

Согласно ч. 1 ст. 28 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).

Согласно п. 1 ст. 54 Гражданского кодекса Российской Федерации, юридическое лицо имеет свое наименование, содержащее указание на организационно-правовую форму, а в случаях, когда законом предусмотрена возможность создания вида юридического лица, указание только на такой вид.

Наименование некоммерческой организации и в предусмотренных законом случаях наименование коммерческой организации должны содержать указание на характер деятельности юридического лица.

Таким образом, согласно Закону о защите конкуренции, под финансовую услугу подпадают конкретные услуги, прямо указанные в данном определении, а также иные услуги, связанные с привлечением, размещением денежных средств, но только в случае, если они оказываются финансовой организацией. При этом перечень финансовых организаций содержится в п. 6 ст. 4 Федерального закона «О защите конкуренции». Данный перечень является закрытым.

Согласно ч. 1 ст. 819 ГК РФ, по кредитному договору банк или иная кредитная организация (кредитор) обязуются предоставить денежные средства (кредит) заемщику в размере и на условиях, предусмотренных договором, а заемщик обязуется возвратить полученную денежную сумму и уплатить проценты на нее.

Само содержание спорной рекламы подтверждает ее направленность на привлечение внимания потенциальных покупателей к возможности приобретения товара в кредит, следовательно, в рекламе предложены услуги кредитования.

Таким образом, рассматриваемая информация является рекламой финансовой услуги кредитования. Реклама финансовых услуг должна соответствовать специальным требованиям, предъявляемым к ней. Реклама указанных услуг должна содержать наименование юридического лица в соответствии с гражданским законодательством.

Марийским УФАС России установлено, что между ИП З. и ООО «Накта-Кредит-Регионы» заключен договор №1964-Р от 21.11.2013. Данным договором определен порядок осуществления безналичных расчетов, связанных с продажей предприятием клиентам товаров с оплатой их стоимости (части) за счет займа, а также порядок сотрудничества при реализации программы выдачи займов на территории Российской Федерации.

Следовательно, реклама финансовых услуг нарушает требования ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе.

П. 5, 6, 7 ст. 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 ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе рекламодаделец, рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных ст. 28 данного федерального закона.

Антимонопольным органом установлено, что объект рекламирования определен ИП З., что подтверждается представленными в материалы дела документами.

Рекламная информация размещалась в месте осуществления деятельности ИП З., Разрешение на размещение рекламной информации от собственника здания <...> выдано ИП З.

Таким образом, лицом, заинтересованным в распространении рекламы товара является ИП З. поскольку он имеет коммерческий интерес в продвижении рекламируемого товара на рынке товаров.

Следовательно, рекламодателем, рекламодателем, рекламодателем рекламной информации является ИП З.

Согласно п. 1 ч. 2 ст. 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламодателям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В материалы дела представлено документальное доказательство, отражающее факт устранения ИП З. в настоящее время нарушения законодательства о рекламе.

На основании изложенного, Комиссия Марийского УФАС России считает, что в данном случае основания для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе отсутствуют.

Руководствуясь ч. 2 п. 1 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе, п. 37 - 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу финансовых услуг, размещенную по адресу: г. Волжск, ул. Федина, д. 1/1 следующего содержания: поскольку в ней нарушены требования ч. 1 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
2. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Марийского УФАС России для возбуждения дела об

административном правонарушении.

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

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>

2024-3219