Резолютивная часть решения объявлена: «25» октября 2019 года

Полный текст решения изготовлен: «06» ноября 2019 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 –

член Комиссии –

член Комиссии –

рассмотрев дело № 012/05/28-520/2019, возбужденное в отношении ИП, МАУ «» по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, части 1 и 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», выразившегося в распространении рекламы в газете «» ,

в присутствии представителя МАУ «» главного редактора и ИП ,

УСТАНОВИЛА:

Марийским УФАС России проведен мониторинг рекламы, размещаемой в печатных средствах массовой информации на территории Республики Марий Эл. В результате мониторинга в номере № от года на последней странице газеты «» была обнаружена реклама «» следующего содержания:

Определением возбуждено дело № 012/05/28-520/2019 по признакам нарушения части 7 статьи 5, части 1 и 3 статьи 28 Закона о рекламе.

Определением об отложении рассмотрения дела от 23 сентября 2019 в рассматриваемой рекламе Комиссией Марийского УФАС России установлены признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

На заседании Комиссии представитель МАУ «» пояснила, что рассматриваемый рекламный макет изготавливался редакцией по образцу, представленному ИП, а также представила оригиналы газет, в которых были напечатаны указанные рекламные модули.

ИП пояснил, что договоры по предоставлению кредита были заключены с несколькими кредитными организациями, и в связи с тем, что их количество является значительным - информация о них не указана в рекламе. Кроме того, условия предоставления кредитов данными организации являются различными, в связи с чем отсутствовала возможность указания всех существенных условий оказания данных услуг.

Более того, использование в рекламе словосочетаний: «самые доступные цены», «лучшее качество», «самые кратчайшие сроки» является обоснованным, поскольку данные выводы сделаны по анализу оказываемых аналогичных услуг конкурентами.

Также индивидуальный предприниматель подтвердил, что в рекламе отсутствуют указания конкретных сравнительных характеристик или параметров, результатов сравнения, на основании которых сделан вывод: «у нас самые доступные цены и лучшее качество».

Комиссия Марийского УФАС России, исследовав документы и пояснения лиц, пришла к выводу о нарушении законодательства о рекламе при размещении рассматриваемой рекламы ввиду следующего.

Так, согласно статье 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.

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 текста рекламной информации следует, что объектом рекламирования является компания «», услуги по установке и покупке окон в рассрочку и кредит.

Согласно пункту 2 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «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.

В указанной рекламе одним из объектов рекламирования является услуга рассрочки под 0% переплаты, а также кредит сроком от 1 года до 3 лет по минимальной ставке.

В соответствии с частью 7 статьи 5 Закона о рекламе не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

В соответствии с частью 1 статьи 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).

Также в силу части 3 статьи 28 Закона о рекламе если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, пользованием им и погашением кредита или займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее.

В соответствии с пунктом 25 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» к условиям, влияющим на стоимость кредита, в частности, могут относиться условия о размере процентной ставки, сумме и сроке кредита, платежах и комиссиях по кредитным операциям, а также о дополнительных расходах заемщика, связанных с получением кредита (по страхованию рисков, в том числе жизни, здоровья потенциального заемщика, нотариальному заверению документов, предоставлению обеспечения по кредитному договору, оценке имущества, передаваемого в залог, и др.).

В рассматриваемой рекламе указано только условие, что кредит предоставляется сроком от 1 года до 3 лет, иные же условия предоставления финансовой услуги, такие как сумма кредита, процентные ставки и иные условия в рекламе не указаны, также не указано лицо, предоставляющее услуги по кредитованию.

Также в рекламе имеется указание о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами путем использования словосочетаний: «самые доступные цены», «лучшее качество», «самые кратчайшие сроки», при этом, в рекламе не содержится ссылка на критерии, по которым ИП дает оценку указанным сведениям.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах

рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Согласно пункту 9 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (далее — Постановление), необходимо учитывать, что при сравнении в рекламе собственных товаров с товарами конкурентов не допускается сравнение, основанное на несопоставимых критериях, или неполное сравнение товаров, поскольку это искажает представление о рекламируемом товаре и не позволяет объективно оценить его свойства.

Исходя из указанной позиции, а также статьи 14.3 Федерального закона от 26.07.2006 № 135 ФЗ «О защите конкуренции», письма ФАС России от 24.12.2015 № ИА/74666/15, под некорректным сравнением следует понимать сравнение хозяйствующего субъекта и (или) его товара с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, в том числе: сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром путем использования слов «лучший», «первый», «номер один», «самый», «только», «единственный», иных слов или обозначений, создающих впечатление о превосходстве товара и (или) хозяйствующего субъекта, без указания конкретных характеристик или параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, либо в случае, если утверждения, содержащие указанные слова, являются ложными, неточными или искаженными; сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, в котором отсутствует указание конкретных сравниваемых характеристик или параметров либо результаты сравнения не могут быть объективно проверены.

Указанная позиция законодателя и антимонопольного органа соотносится с принципами добросовестной конкуренции и достоверности сообщаемых сведений о рекламодателях, их товарах, работах и услугах в рекламе, запретом на использование в отношении и потребителей, и конкурентов (конкретных или неопределенных) недобросовестных способов привлечения внимания к объекту рекламирования.

Таким образом, некорректное сравнение может быть осуществлено как с конкретным хозяйствующим субъектом-конкурентом (товаром, работой, услугой), так и в отношении неограниченного круга хозяйствующих субъектов-конкурентов и (или) их товаров.

Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, считается недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

В рассматриваемой рекламе отсутствует указание на конкретный критерий,

с помощью которого указанная в рекламе информация может быть подтверждена или опровергнута объективными данными и по которому возможно осуществить сравнение.

На основании изложенного Комиссия приходит к выводу, что указанная реклама не соответствует требованиям пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Комиссией Марийского УФАС установленно, что заявка на размещение рекламного модуля подавалась в МАУ «» в устной форме и по электронной почте, ИП был направлен образец рекламного макета в формате pdf. Итоговый вариант рекламной информации для размещения в печатном издании изготовлен редакцией «», после утвержден индивидуальным предпринимателем по электронной почте, что не отрицается индивидуальным предпринимателем. Между сторонами подписан договор на рекламно-информационное обслуживание от , который исполнен сторонами, что подтверждается актом и платежным поручением.

Таким образом реклама размещалась в газетах «» № от июля, № от июля, № от июля, № от августа, № от августа 2019 гг.

В соответствии с частью 5 и 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламодателем признается изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, рекламораспространителем - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Из анализа представленных документов и сведений антимонопольный орган приходит к выводу, что рекламодателем является ИП , рекламораспространителем является МАУ .

Согласно частям 6 и 7 статьи 38 Закона о рекламе рекламодатель несет ответственность за нарушение пункта 1 части 3, части 7 статьи 5, части 1 и 3 статьи 28 Закона о рекламе, рекламораспространитель - части 1 статьи 28 Закона о рекламе.

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

Комиссией Марийского УФАС России установлено, что рекламная информация размещалась только в 5 номерах газеты «», что подтверждается письменными пояснениями МАУ «» от , в связи с чем отсутствуют основания для выдачи предписания.

Руководствуясь частью 2 пункта 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 «», размещенную в газете «» ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, части 1 и 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении.

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