

РЕШЕНИЕ

по делу № 055/05/28-65/2022

21 февраля 2022 года
Омск

город

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

председатель Комиссии – <...>, врио заместителя руководителя Омского УФАС России,

члены Комиссии: <...>,

рассмотрев дело № 055/05/28-65/2022 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения гражданином <...> (далее – <...>) рекламы, содержащей признаки нарушения 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 отсутствие <...>, извещенного надлежащим образом,

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе 10.12.2021 специалистом Омского УФАС России был установлен факт распространения по адресу: г. Омск, ул. Кирова, 12/2а следующей информации:

- «**ЗАЙМ ПОД АВТО 495-999 АВТОЛОМБАРД «На Кирова»**»;
- «**ЗАЙМ ПОД АВТО 495-999 АВТОЛОМБАРД «На Кирова» БЕЗ ГЕН. ДОВЕРЕННОСТИ**»;
- «**ЗАЙМ ПОД АВТО 495-999 АВТОЛОМБАРД «На Кирова» АВТО ОСТАЕТСЯ У ВАС**»;
- «**АВТОЛОМБАРД «На Кирова» 495-999 АВТОЛОМБАРД ЗАЙМ ПОД ПТС**».

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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» **объектом рекламирования** является 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.

Под **товаром** понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (пункт 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

Учитывая правовой смысл и содержание приведенных понятий рекламы и объекта рекламирования, информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах, а также об изготовителе (продавце) такого товара, то есть объекту рекламирования в целом.

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками – распространена наружным способом, в адрес неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания к автоломбарду и оказываемым им услугам - выдаче займов.

В силу части 1 статьи 2 Федерального закона от 19.07.2007 № 196-ФЗ «О ломбардах» (далее – Закон «О ломбардах») ломбардом является юридическое лицо, зарегистрированное в форме хозяйственного общества, сведения о котором внесены в государственный реестр ломбардов в порядке, предусмотренном настоящим Федеральным законом и нормативным актом Банка России, и основными видами деятельности которого являются предоставление краткосрочных займов гражданам (физическим лицам) под залог принадлежащих им движимых вещей (движимого имущества), предназначенных для личного потребления, и

хранение вещей.

В пункте 2 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон «О защите конкуренции») указано, что 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.

Ломбард как хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги, в силу пункта 2 статьи 4 Закона «О защите конкуренции» является финансовой организацией.

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).

В пункте 24 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указано, что *в соответствии с частями 1 и 3 статьи 28 Закона о рекламе в рекламе должны быть указаны наименование или имя лица, оказывающего банковские, страховые и иные финансовые услуги, а также условия оказания этих услуг.*

Вместе с тем на момент фиксации вышеуказанной рекламы информация, предусмотренная частью 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», в ней отсутствовала.

Кроме того, 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 части 1 статьи 68 Конституции Российской Федерации установлено, что 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 общепотребительных 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.

Согласно нормам современного русского языка слово «заём» в именительном падеже единственного числа пишется через букву «ё». Таким образом, неправильное написание слов в вышеуказанной рекламе, противоречащее нормам русского языка, недопустимо, и свидетельствует о признаках нарушения части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

На запрос Омского УФАС ООО «Т2 Мобайл» была представлена информация, согласно абонентский номер 495-999, указанный в рекламе, подключен как дополнительный городской номер к абонентскому <...>, который выделен в процессе переоформления по договору об оказании услуг связи от 20.11.2021 абоненту – <...>.

На запрос Омского УФАС России <...> пояснил следующее: «Мной в кратчайшие сроки будут предприняты меры по приведению указанной в запросе информации в соответствии с требованиями ФЗ «О рекламе», в том числе слово «заем» будет использоваться во множественном числе, образуя допустимую нормами русского языка форму слова – «займы».

В силу пункта 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - это изготовитель или продавец

товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно пункту 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Исходя из определения, данного в пункте 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», <...> является рекламодателем.

На основании частей 6 и 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель и рекламодатель несут ответственность за нарушение требований, установленных частью 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Рассмотрев материалы дела, учитывая пояснения <...>, Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу о нарушении <...> требований части 11 статьи 5 и части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» при распространении рекламы по адресу: г. Омск, ул. Кирова, 12/2а.

При этом Комиссия отмечает, что статья 38 Федерального закона «О рекламе» не устанавливает ответственность за нарушение части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» и не определяет субъекта ответственности за нарушение данной нормы.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы, в целях обеспечения реализации права потребителя на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства о рекламе.

Согласно пункту 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения Федерального закона «О рекламе».

Учитывая, что на момент рассмотрения настоящего дела у Омского УФАС России отсутствовали доказательства устранения нарушений в добровольном порядке, Комиссией Омского УФАС России сделан вывод о необходимости выдачи А.В. Гордиенко предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь статьями 33, 36 Федерального закона «О рекламе», в соответствии с пунктами 42-55 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу:

- «**ЗАЙМ ПОД АВТО 495-999 АВТОЛОМБАРД «На Кирова»;**

- «**ЗАЙМ ПОД АВТО 495-999 АВТОЛОМБАРД «На Кирова» БЕЗ ГЕН. ДОВЕРЕННОСТИ»;**

- «**ЗАЙМ ПОД АВТО 495-999 АВТОЛОМБАРД «На Кирова» АВТО ОСТАЕТСЯ У ВАС»;**

- «**АВТОЛОМБАРД «На Кирова» 495-999 АВТОЛОМБАРД ЗАЙМ ПОД ПТС**», распространенную 10.12.2021 <...> по адресу: г. Омск, ул. Кирова, 12/2а, ненадлежащей, нарушающей требования части 11 статьи 5 и части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать <...> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

Решение изготовлено в полном объеме 24.02.2022.

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

Председатель Комиссии<...>

Члены Комиссии: <...>

ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе

по делу № 055/05/28-65/2022

21 февраля 2022 года
Омск

город

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

председатель Комиссии – <...>, врио заместителя руководителя Омского УФАС России,

члены Комиссии:

<...>

на основании своего решения от 21.02.2022 по делу № 055/05/28-65/2022 о признании рекламы, распространенной <...> (далее – <...>), нарушающей требования 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 соответствии со статьями 33, 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 49 -55 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. <...> **в течение пятнадцати рабочих дней** с момента получения настоящего предписания прекратить нарушение требований:

- **части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе»**, а именно: при распространении рекламы соблюсти требования законодательства о государственном языке Российской Федерации;

- **части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе»**, а именно: в рекламе финансовых услуг указать информацию о лице, оказывающем данные услуги, либо прекратить дальнейшее распространение рекламы;

2. <...> представить в Омское УФАС России доказательства исполнения настоящего предписания **в пятидневный срок** с момента его исполнения.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Омское УФАС России вправе в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Председатель Комиссии<...>

Члены Комиссии: <...>