

августа 2020 года

г. Пенза, ул. Урицкого, 127

исполнительная часть решения объявлена 22 апреля 2019 года.

Комиссия Пензенского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

рассмотрев дело № 058/05/5-560/2020 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, возбужденное в отношении индивидуального предпринимателя, по факту распространения на вывесках (рекламных конструкциях) по адресу: Пензенская область, Пензенский р-н, с. Засечное, ул. Светлая, д. 5, рекламы комиссионного магазина «Маяк», содержащей признаки нарушения пунктов 1 и 4 части 2, пункта 20 части 3 статьи 5 и части 14 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе (далее – ФЗ «О рекламе»)),

УСТАНОВИЛА:

Пензенское УФАС России поступило заявление по поводу распространения в августе 2020 года по адресу: Пензенская обл., Пензенский р-н, с. Засечное, ул. Светлая, д. 5, рекламы комиссионного магазина «Маяк», не соответствующей требованиям законодательства о рекламе.

Пензенским УФАС России определением от 06.08.2020 по факту распространения рекламы комиссионного магазина «Маяк» возбуждено дело № 058/05/5-560/2020 по признакам нарушения пунктов 1 и 4 части 2, пункта 20 части 3 статьи 5 и части 14 статьи 28 ФЗ «О рекламе». К участию в деле в качестве лица, в действиях которого держатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечен ИП

при рассмотрении настоящего дела ИП не присутствовал. В адрес Пензенского УФАС России представил ходатайство о рассмотрении дела № 058/05/5-560/2020 без его участия. Кроме того, факт нарушения законодательства о рекламе признал.

После представления документов, Комиссия пришла к следующему выводу.

При рассмотрении заявления установлено, что по адресу: Пензенская обл., Пензенский р-н, с. Засечное, ул. Светлая, д. 5, расположен комиссионный магазин «Маяк», деятельность в котором осуществляет индивидуальный предприниматель.

Согласно выписки из ЕГРИП основной вид деятельности индивидуального предпринимателя – «47.79. Торговля розничная бывшими в употреблении товарами в магазинах».

ановлено, что комиссионный магазин «Маяк» расположен на первом этаже многоквартирного жилого дома (Пензенская обл., Пензенский р-н, с. Засечное, ул. Светлая, д. 5).

У входом в магазин установлена вывеска «МАЯК комиссионный магазин», «Мы лучше... ЛОМБАРД». На фасаде магазина рядом с входной дверью установлены конструкции с информацией: «24 часа», «7 дней в неделю». В оконных проемах размещена информация: «Покупка. Обмен. Продажа. Телефоны. Инструменты. Золото»; «0,1% в день»; «Мы лучше чем... ЛОМБАРД», причем слово «Ломбард» визуальнo бражено шрифтом в несколько раз превышающем размер букв иных используемых шрифтов.

Согласно статье 3 ФЗ «О рекламе» рекламой является 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; объект рекламирования – товар, средство индивидуализации, 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; товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот; недобросовестная реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Иными словами, информация, признаваемая рекламой, должна удовлетворять следующим условиям, а именно:

1. Направлена на неопределенного круга лиц;

2. Направлена на привлечение, формирование и поддерживание интереса к объекту рекламирования;

3. Направлена на содействие продвижению объекта рекламирования (товара) на рынке (т.е. на создание возможности купить товар или воспользоваться услугой).

4. Направлена на неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной выгоды правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования.

Согласно пункту 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» объект рекламирования – товар, средство 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.

Следствием любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке и закрепить его образ в памяти потребителя.

Информация, размещенная на вывесках (рекламных конструкциях) по адресу: Пензенская обл., Пензенский р-н, с. Засечное, ул. Светлая, д. 5, содержит все выделяющие правовые признаки рекламы, позволяющие квалифицировать ее

енно в этом качестве и отличить от информации нерекламного характера: однозначна для неопределенного круга лиц; преследует строго заданные цели формирования: формирует и поддерживает интерес к объектам рекламирования способствует их продвижению на рынке аналогичных услуг (по своему характеру зовым предложением не является) следовательно, является рекламой.

асно пункту 1 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006 8-ФЗ (далее ФЗ «О рекламе») недобросовестной признается реклама, которая держит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в роте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются гими продавцами.

оответствии с пунктом 4 части 2 статьи 5 ФЗ «О рекламе» недобросовестной знается реклама, которая является актом недобросовестной конкуренции в ответствии с антимонопольным законодательством.

илу пункта 9 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – ФЗ «О защите конкуренции») недобросовестная конкуренция юбые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на учение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, тиворечат законодательству Российской Федерации, обычаям делового рота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и чинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам – конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации.

ме того, согласно пункту 1 статьи 14.3 ФЗ «О защите конкуренции» не тускаются иные формы недобросовестной конкуренции путем сравнения с гим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром путем ользования слов «лучший», «первый», «номер один», «самый», «только», инственный», иных слов или обозначений, создающих впечатление о ввосходстве товара и (или) хозяйствующего субъекта, без указания конкретных актеристик или параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, ю в случае, если утверждения, содержащие указанные слова, являются кными, неточными или искаженными.

екламе комиссионного магазина «Маяк» используется выражение: «Мы лучше 1, ЛОМБАРД» без указания конкретных характеристик или параметров сравнения, ющих объективное подтверждение.

ме того, на баннере комиссионного магазина «Маяк» распространяется ормация: «от 0,1% в день».

асно части 14 статьи 28 ФЗ «О рекламе» если оказание банковских, страховых и их финансовых услуг или осуществление финансовой деятельности может ществляться только лицами, имеющими соответствующие лицензии, разрешения, редитации либо включенными в соответствующий реестр или являющимися нами соответствующих саморегулируемых организаций, реклама указанных уг или деятельности, оказываемых либо осуществляемой лицами, не ответствующими таким требованиям, не допускается.

данном случае, исходя из представленной информации: «от 0,1% в день», ламируется финансовая услуга, однако комиссионный магазин «Маяк» не может

зывать финансовые услуги.

соответствии с пунктом 20 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» недостоверной является реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

Поскольку фраза: «Мы лучше чем...» выполнена в рекламе очень мелким, значительно меньше, чем остальной текст, а слово «ЛОМБАРД» - очень крупным ярким шрифтом, имеется вероятность того, что потребитель рекламы не обратит внимание на введенную фразу, будет думать, что в данном месте располагается ломбард.

соответствии с ч.ч. 1, 2 и 4 ст. 2 Федерального закона от 19.07.2007 № 196-ФЗ «О ломбардах» (далее – ФЗ «О ломбардах») ломбардом является юридическое лицо – специализированная коммерческая организация, основными видами деятельности которой являются предоставление краткосрочных займов гражданам и хранение ценностей. При этом ломбард должен иметь полное и вправе иметь сокращенное наименование, которое должно содержать слово «ломбард» и указание его организационно-правовую форму. Ломбарду запрещается заниматься какой-либо иной предпринимательской деятельностью, кроме предоставления краткосрочных займов гражданам, хранения вещей, а также оказания консультационных и информационных услуг.

Согласно ч.2 ст.2.3 ФЗ «О ломбардах» регулирование деятельности ломбардов по предоставлению краткосрочных займов осуществляется Центральным банком Российской Федерации.

Деятельность комиссионного магазина «Маяк» осуществляет индивидуальный предприниматель Кевра С.В., не являясь юридически зарегистрированным в качестве ломбарда и не выполняя требования Федерального закона «О ломбардах».

соответствии с п.4 ст.3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частями 2 - 8 статьи 5, статьи 28 законодательства Российской Федерации о рекламе несет рекламодатель.

соответствии с п.п. 5,7 ст.3 ФЗ «О рекламе» рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламодателем – лицом, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламодателем в данном случае является индивидуальный предприниматель .

Исходя из вышеизложенного, и, основываясь на фактических обстоятельствах дела, комиссия пришла к выводу, что индивидуальный предприниматель Кевра С.В. нарушил требования пунктов 1 и 4 части 2, пункта 20 части 3 статьи 5 и части 14 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

Согласно статье 1 Закона о рекламе целями данного закона являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной

конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

в соответствии с пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, при обнаружении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное нарушение предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Статьей 33 Закона о рекламе предусмотрены полномочия антимонопольного органа осуществлять государственный надзор в сфере рекламы, в частности, выдавать рекламодателям, рекламораспространителям, рекламопроизводителям предписания для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В момент рассмотрения дела Комиссии Пензенского УФАС России доказательств нарушения требований пунктов 1 и 4 части 2, пункта 20 части 3 статьи 5 и части 14 статьи 28 ФЗ «О рекламе» индивидуальным предпринимателем представлено не было.

В связи с чем Комиссия Пензенского УФАС России считает целесообразным выдать рекламодателю предписание о прекращении нарушения требований рекламного законодательства.

В силу части 4 статьи 38 ФЗ «О рекламе» нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Ссылаясь на часть 2 пункта 1 статьи 33, часть 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 от 17.08.2006 № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

Признать ненадлежащей рекламу: «МАЯК комиссионный магазин», «Мы лучше чем... МБАРД», «24 часа», «7 дней в неделю», «Покупка. Обмен. Продажа. Телефоны. Инструменты. Золото», «от 0,1% в день», размещенную по адресу: Пензенская обл., Пензенский р-н, с. Засечное, ул. Светлая, д. 5, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пунктов 1 и 4 части 2, пункта 20 части 3 статьи 5 и части 14 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Выдать индивидуальному предпринимателю предписание о прекращении

ушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Пензенского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.