

УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ

ПО ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

625048, г. Тюмень, ул. Холодильная, 58а тел. 50-31-55

РЕШЕНИЕ №072/05/05-34/2019

03.10.2019 г. г. Тюмень

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии: <...>
- заместитель руководителя
управления;
<...>
- заместитель начальника ОКЗ;
Члены Комиссии:
- специалист-эксперт ОКСЗ,
<...>

рассмотрев дело № 072/05/05-34/2019, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения недостоверной рекламы,

в присутствии представителя (защитника) ИП <...> – <...> (доверенность №66АА5190101 от 07.11.2018),

УСТАНОВИЛА:

В Тюменское УФАС России из Прокуратуры г.Тюмени поступило заявление Отделения по Тюменской области Уральского главного управления Центрального банка Российской Федерации (вх. № 4869 от 31.05.2019 г.) о распространении на фасадах зданий, в которых размещены комиссионные магазины «Победа» ненадлежащей рекламы.

Адреса местонахождения в г.Тюмени объектов, имеющих наименование «Комиссионный магазин «Победа»: ул.Ленина, 81; ул.Мельникайте, 100, ул. Олимпийская, 10/1; ул.Пермякова, 23/1, ул.Ямская, 112. При этом входные группы и рекламные конструкции вышеуказанных торговых объектов однотипны. Деятельность в данных магазинах осуществляет ИП <...> (адрес места регистрации: 641640, Курганская область, <...>, ОГРНИП 318450100024854, ИНН451602326780).

На стенах домов и входных группах в торговые объекты ИП <...> размещены рекламные конструкции следующего содержания «Мы лучше чем ЛОМБАРД 24 часа Победа Комиссионный магазин».

Определением от 05.07.2019 г. № 072/05/05-34/2019 возбуждено дело по признакам

нарушения п.1 ч.2, ч.3 ст. 5 Закона о рекламе в отношении ИП <...>

На рассмотрение дела №072/05/05-34/2019 представитель лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, пояснил, что магазины «Победа», принадлежащие ИП <...>, работают по правилам комиссионных магазинов. Вменяемое нарушение признает.

Изучив письменные доказательства по делу, заслушав пояснения и доводы лиц, участвующих в деле, Комиссия пришла к следующим выводам.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ (далее – Закон 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 и поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке; объект рекламирования – 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; товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Как следует из части 1 статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются. Реклама является средством продвижения товаров, работ и услуг, а также самого изготовителя или продавца рекламируемого товара на определенном рынке. Вместе с тем способ, форма и средства распространения соответствующей информации имеет существенное значение. Ненадлежащей рекламой согласно подпункту 4 статьи 3 Закона о рекламе является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Независимо от формы или используемого средства распространения, реклама должна быть распознаваема без специальных знаний или без применения технических средств непосредственно в момент ее представления именно как реклама.

Таким образом, признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, сформировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя.

В рассматриваемой рекламе информация направлена на привлечение внимания потребителей к комиссионным магазинам «Победа».

Таким образом, рассматриваемая информация является рекламой комиссионного магазина «Победа».

Как указано на сайте www.победа-63.рф, в комиссионном магазине «Победа» принимаются товары на комиссию и реализуются эти товары по договорам розничной купли-продажи.

В соответствии со ст.990 ГК РФ по договору комиссии одна сторона (комиссионер) обязуется по поручению другой стороны (комитента) за вознаграждение совершить одну или несколько сделок от своего имени, но за счет комитента.

Согласно Правилам комиссионной торговли непродовольственными товарами, утвержденными Постановлением Правительства РФ от 06.06.1998 №569, под комиссионером понимается организация независимо от организационно-правовой формы, а также индивидуальный предприниматель, принимающие товары на комиссию и реализующие эти товары по договору розничной купли-продажи.

В силу ст.2 Федерального закона от 19.07.2007 №196-ФЗ «О ломбардах» (далее – Закон о ломбардах), ломбардом является юридическое лицо – специализированная коммерческая организация, основными видами деятельности которой являются предоставление краткосрочных займов гражданам и хранение вещей. Ломбарды вправе осуществлять профессиональную деятельность по предоставлению потребительских займов в порядке, установленном Федеральным законом от 21.12.2013г. №353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)». Ломбард вправе ежедневно с 8 до 20 часов по местному времени принимать в залог и на хранение движимые вещи (движимое имущество), принадлежащие заемщику или поклажедателю и предназначенные для личного потребления. Ломбарду запрещается заниматься какой-либо иной предпринимательской деятельностью, кроме предоставления краткосрочных займов гражданам, хранения вещей, а также оказания консультационных и информационных услуг.

Согласно п.1 ч.2 ст.5 Закона о рекламе недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Таким образом, реклама магазина «Победа» следующего содержания: «Мы лучше чем ломбард» содержит признаки нарушения п.1 ч.2 ст.5 Закона о рекламе, так как содержит некорректное сравнение со всеми ломбардами при отсутствии критерия сравнения.

Присутствующее в рекламе слово «ЛОМБАРД», визуальное изображение шрифтом в несколько раз превышающее размер букв иных, используемых в рекламе слов, создает обманчивое восприятие у потенциальных потребителей вида рекламируемой деятельности и не соответствует действительной природе услуг, предоставляемых ИП <...>, поскольку последний, в силу императивных норм Федерального закона «О ломбардах», не вправе осуществлять деятельность ломбардов, в связи с чем реклама противоречит п.20 ч.3 ст.5 Закона о рекламе, в соответствии с которой недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

Рекламное объявление формирует интерес к товару или услуге и направлено на формирование у потребителей желания ими воспользоваться. Это означает, что при оценке рекламы определяющим является не то, что имел в виду рекламодаделец, и не то, насколько сообщенные сведения соответствуют истине, а лишь их восприятие потребителями. При этом правоприменительная практика

исходит из того, что средний потребитель не должен обладать специальными знаниями в разных областях. Поскольку фраза: «Мы лучше чем...» выполнена в рекламе очень мелким, значительно меньше, чем остальной текст, а слово «ЛОМБАРД» - очень крупным ярким шрифтом, то имеется вероятность того, что потребитель рекламы не обратит внимание на приведенную фразу, будет думать, что в данном месте располагается именно ломбард.

Таким образом, в рассматриваемой рекламе имеются признаки нарушения частей п.1 ч.2 ст.5, п.20 ч.3 ст.5 Закона о рекламе, поскольку в данной рекламе присутствует некорректное сравнение, отсутствует информация о том, чем лучше комиссионный магазин, чем ломбард, а также содержатся не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

В соответствии с частью 4 статьи 38 Закона «О рекламе», нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства РФ о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством РФ об административных правонарушениях.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований части 3 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодаделец.

Согласно статье 3 Закона о рекламе, рекламоделателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Как следует из поступившего заявления, а также приложенных к нему материалов, деятельность по указанному адресу осуществляет ИП <...> (адрес места регистрации: 641640, Курганская обл., <...>, ОГРНИП 318450100024854, ИНН 451602326780). Данное обстоятельство представитель Ответчика не отрицает.

Таким образом, рекламоделателем рассматриваемой рекламы является указанное лицо.

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На момент рассмотрения дела доказательств устранения нарушения требований п.1 ч.2 ст.5 и п.2 ч.3 ст.5 Закона о рекламе индивидуальным предпринимателем <...> представлено не было.

В связи с чем Комиссия считает целесообразным выдать рекламоделателю предписание о прекращении нарушения требований рекламного законодательства.

На основании изложенного, руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42, 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел,

возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу комиссионных магазинов «Победа» следующего содержания: «Комиссионный магазин «Победа» Мы лучше чем ЛОМБАРД», поскольку в ней нарушены требования п.1 ч.2 ст.5 , п.20 ч.3 ст.5 Закона о рекламе

2. Выдать ИП <...> предписание об устранении нарушений.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Тюменского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме _____ года.

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

Председатель комиссии <...>

<...>

Члены комиссии

<...>