

РЕШЕНИЕ

по делу № 03-21/28-2018

о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

«17» августа 2018 года
Йошкар-Ола

г.

Резолютивная часть решения объявлена: «14» августа 2018 года

Полный текст решения изготовлен: «17» августа 2018 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя

член Комиссии – начальник отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов

член Комиссии – специалист 1 разряда отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов

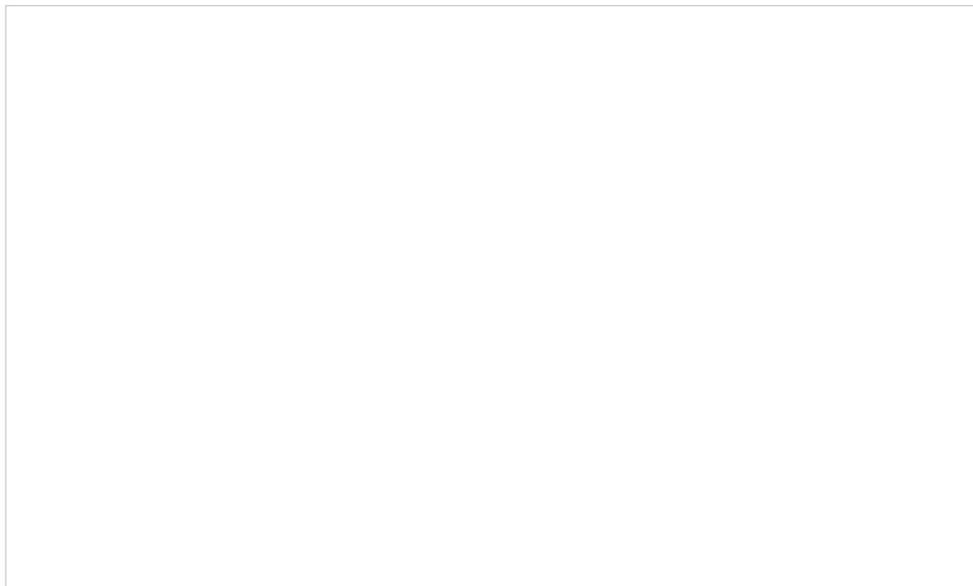
рассмотрев дело № 03-21/28-2018, возбужденное в отношении КПК «Благодать» по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5, пункта 1 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), выразившимся в распространении рекламы КПК «Благодать» в №05 (232) от 03 февраля 2018 года газеты «PRO город Йошкар-Ола» на странице 15,

в отсутствие лиц, участвующих в деле, надлежащим образом уведомленных о дате, времени и месте рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) проведен мониторинг рекламы, размещенной в газете «PRO город Йошкар-Ола», в ходе проведения которого установлен факт размещения в №05 (232) от 03 февраля 2018 года на

странице 15 рекламы КПК «Благодать» о предоставлении услуг по приему денежных средств под очень выгодные проценты с признаками нарушения пункта 1 части 3 статьи 5, пункта 1 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), следующего содержания:



Определением от 19.07.2018 Марийским УФАС России возбуждено дело о нарушении законодательства о рекламе №03-21/28-2018 по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5, пункта 1 части 2 статьи 28 Закона о рекламе.

КПК «Благодать» в ходе рассмотрения дела письменные пояснения и документы не представил, на заседание комиссии по рассмотрению дела не явился, надлежащим образом извещен о дате, времени и месте рассмотрения дела.

Комиссия Марийского УФАС России, рассмотрев полученные материалы и документы, приходит к выводу о нарушении законодательства о рекламе при распространении рассматриваемой рекламы на основании следующего.

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 анализа текста рекламы КПК «Благодать» следует, что объектом рекламирования выступает указанный потребительский кооператив и услуги, оказываемые данной организацией.

Таким образом, рассматриваемая информация является рекламой, так как распространена при помощи печатного издания, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

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. В рассматриваемой рекламе используется словосочетание «Принимаем деньги под очень выгодные проценты».

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;

сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, основанное исключительно на незначительных или несопоставимых фактах и содержащее негативную оценку деятельности хозяйствующего субъекта-конкурента и (или) его товара.

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.

В рассматриваемом случае применяется словосочетание «под очень выгодные проценты», однако не указано по сравнению с кем, в связи с чем сделан данный вывод, не приведены соответствующие ссылки либо соответствующие подтверждающие доказательства.

Таким образом, некорректное сравнение очень выгодные проценты осуществлено КПК «Благодать» с использованием неправильных логических операций таким образом, что его достоверность объективно не может быть ни подтверждена, ни опровергнута.

Пунктом 29 Постановления установлено, что использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

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

Употребление рассматриваемого в рекламе словосочетания «под очень выгодные проценты» направлено на создание превосходства услуг, оказываемых КПК «Благодать», следовательно, указанное словосочетание является сравнительной характеристикой объекта рекламирования.

Однако, в рекламе отсутствует указание на конкретный критерий, с помощью которого указанная в рекламе информация об очень выгодных процентах может быть подтверждена или опровергнута объективными данными и по которому возможно осуществить сравнение.

Таким образом, КПК «Благодать» при размещении рекламы с употреблением словосочетания «Под очень выгодные проценты» должен был указать конкретные критерии, на основании которых сделан данный вывод, но не сделал этого.

Следовательно, КПК «Благодать» нарушил требование пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Согласно статье 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» 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. При этом в силу пункта 6 названной статьи в перечень финансовых организаций включен и кредитный потребительский кооператив.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 28 Закона о рекламе, реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности не должна содержать гарантии или обещания в будущем эффективности деятельности (доходности вложений), в том числе основанные на реальных показателях в прошлом, если такая эффективность деятельности (доходности вложений) не может быть определена на момент заключения соответствующего договора.

В рассматриваемой рекламе указано «принимаем деньги под очень выгодные проценты». Однако доказательства, подтверждающие возможность определения доходности вложений на момент заключения договоров, отсутствуют, следовательно, реклама нарушает пункт 1 части 2 статьи 28 Закона о рекламе.

Пунктами 5, 6, 7 статьи 3 Закона о рекламе предусмотрены понятия рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламодистрибьютора. 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; рекламодистрибьютор - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

КПК «Благодать» заключил договор №4085 от 08.04.2016 с ИП Карелиным Н.Ю., согласно которому исполнитель по заданию заказчика возмездно выполняет работы и/или услуги по производству и/или размещению рекламных и/или информационных материалов в средстве массовой информации информационно-рекламном еженедельнике «Про город Йошкар-Ола», распространяемом на территории Республики Марий Эл.

Таким образом, рекламодателем является КПК «Благодать» рекламодистрибьютором - ИП Карелин Н.Ю.

В силу части 6 [статьи 38](#) Закона о рекламе ответственность за нарушение пункта 1 части 3 статьи 5, статьи 28 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Таким образом рекламодателем рассматриваемой рекламы является КПК «Благодать» и должно соблюдать требования пункта 1 части 3 статьи 5, пункта 1 части 2 статьи 28 Закона о рекламе.

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

В материалах дела отсутствуют документальные доказательства, отражающие факт устранения КПК «Благодать» нарушения

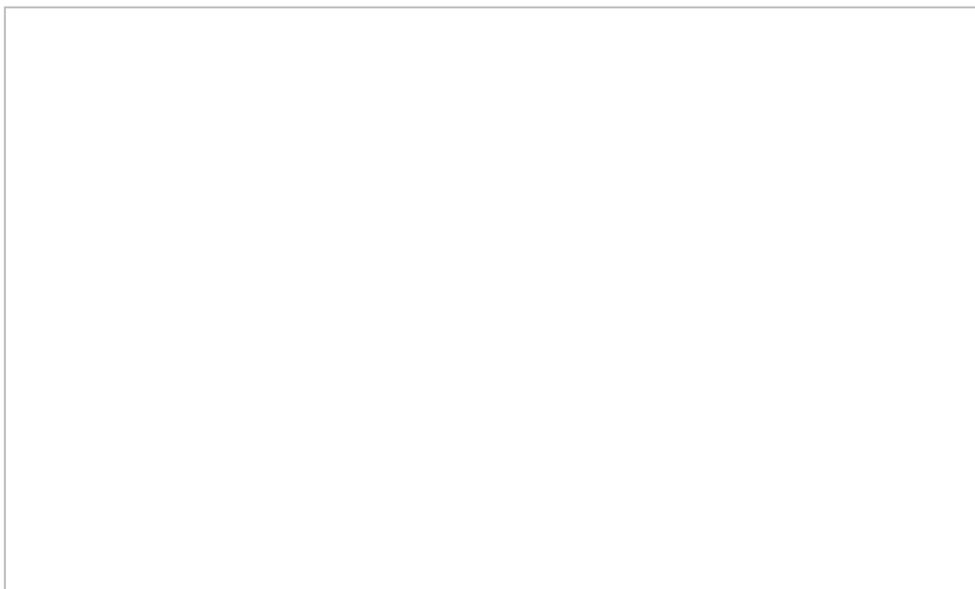
законодательства о рекламе.

На основании указанного, Комиссия Марийского УФАС России, считает, что в данном случае имеются основания для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе КПК «Благодать».

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 ненадлежащей рекламу, размещенную в №05 (232) от 03 февраля 2018 года газеты «PRO город Йошкар-Ола» на странице 15, следующего содержания:



поскольку она не соответствует требованиям пункта 1 части 3 статьи 5, пункта 1 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать КПК «Благодать» (ИНН 5246041072, ОГРН 1122246001239) предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Марийского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении в соответствии со статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях