

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 058/05/5-58/2020

18 февраля 2020 года

г. Пенза, ул. Урицкого, 127

Политивная часть решения объявлена 18 февраля 2020 года.

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

рассмотрев дело № 058/05/5-58/2020 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, возбужденное в отношении индивидуального предпринимателя по факту распространения на вывеске (рекламной конструкции) по адресу: г. Пенза, рекламы комиссионного магазина, 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»),

присутствии

УСТАНОВИЛА:

Пензенское УФАС России поступило заявление Волго-Вятского главного управления Центрального банка Российской Федерации (далее - Волго-Вятское ГУ Банка России) по поводу распространения по адресу: г. Пенза, у рекламы комиссионного магазина, не соответствующего законодательству о рекламе.

Пензенским УФАС России определением от 03.02.2020 по факту распространения рекламы комиссионного магазина возбуждено дело № 058/05/5-58/2020 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 содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечен индивидуальный предприниматель .

При рассмотрении дела представитель Волго-Вятское ГУ Банка России поддержал требования, изложенные в заявлении.

При рассмотрении настоящего дела ИП не присутствовал. В адрес Пензенского УФАС России представил ходатайство о рассмотрении дела № 058/05/5-58/2020 без его участия. Кроме того, факт нарушения законодательства о рекламе был известен.

После представления документов, заслушав пояснения лиц, участвующих в рассмотрении дела, Комиссия пришла к следующему выводу.

Из представленных материалов следует, что на территории Пензенской области

адресу: г. Пенза, под брендом «Комиссионный ювелирный магазин – РСКИЙ» осуществляет деятельность индивидуальный предприниматель

Согласно данным, содержащимся в ЕГРИП, ИП зарегистрирован на территории Пензенской области в качестве индивидуального предпринимателя, основной вид деятельности по ОКВЭД – 47.77.2 «Торговля розничная ювелирными изделиями в специализированных магазинах».

Указанному адресу расположен трехэтажный жилой дом с офисными помещениями на первом этаже, оборудованными отдельными входами. Над домом в одно из таких помещений размещена рекламная вывеска: «Комиссионный ювелирный магазин выгоднее чем ЛОМБАРД скупка продажа ювелирных изделий». Слово «ЛОМБАРД» выполнено крупным шрифтом (значительно крупнее, чем остальной текст) и имеет световую подсветку. С левой стороны от входа размещена вывеска, на которой указана, в том числе, следующая информация: «ЛОМБАРД; ООО «Сурский ломбард» (с 23.01.2019 изменило наименование на ООО «Альянс»); ИНН 5836685437; ОГРН 1185835000724; ИС по Октябрьскому району г. Пензы от 23.01.2018». С правой стороны от входной группы размещена рекламная вывеска следующего содержания: «Ювелирные изделия по цене лома», «Комиссионный ювелирный магазин – РСКИЙ», св-во 58 №0052626, ИНН 583600135095, ЕГРИП 58 № 000845191».

На информационном стенде, расположенном внутри помещения, имеются копии документов, информирующие об осуществлении деятельности ИП (свидетельство государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя и постановка на учет в налоговом органе). В помещении имеются витрины с ювелирными изделиями, на которых размещены ценники с реквизитами ИП. Информация об осуществлении деятельности в указанном помещении иными субъектами, в том числе, ООО «Альянс» (до смены наименования ООО «Сурский ломбард»), отсутствует.

Согласно заявления Волго-Вятское ГУ Банка России следует, что сотрудники комиссионного магазина сообщают о приеме золотых ювелирных изделий на комиссию с правом выкупа. При сдаче ювелирных изделий составляется договор комиссии сроком на 30 дней (с возможной пролонгацией) под 0,413% в день. Ювелирные изделия подлежат оценке, в зависимости от которой клиенту, непосредственно после их сдачи, осуществляется выдача наличных денежных средств.

Согласно статье 3 ФЗ «О рекламе» рекламой является информация, пространственная 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; объектом рекламирования – товар, средство его индивидуализации, изготовитель или производитель 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; объект – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для

дажи, обмена или иного введения в оборот; ненадлежащая реклама – лама, не соответствующая требованиям законодательства Российской ,ерации.

ми словами, информация, признаваемая рекламой, должна удовлетворять дующим условиям, а именно:

дзначаться для неопределенного круга лиц;

влекать, формировать и поддерживать интерес к объекту рекламирования;

собствовать продвижению объекта рекламирования (товара) на рынке (т.е. ложность купить товар или воспользоваться услугой).

неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть знее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной оны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта амирования.

асно пункту 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» объект рекламирования – товар, дства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или давец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие м числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные иске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

знаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к екту для продвижения его на рынке и закрепить его образ в памяти ебителя.

ормация, размещенная на вывеске (рекламной конструкции) по адресу: г. за, содержит все определяющие правовые признаки рекламы, позволяющие ифицировать ее именно в этом качестве и отличить от информации екламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; следует строго заданные цели информирования: формирует и поддерживает зрес к объектам рекламирования и способствует их продвижению на рынке логичных услуг (по своему характеру разовым предложением не является) довательно, является рекламой.

ласно пункту 1 части 2 статьи 5 ФЗ «О рекламе» недобросовестной знается реклама, которая содержит некорректные сравнения сламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые лизведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

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

илу пункта 9 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите икуненции» (далее – ФЗ «О защите конкуренции») недобросовестная икуненция – любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые травлены на получение преимуществ при осуществлении

эдпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам – конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации.

Кроме того, согласно пункту 1 статьи 14.3 ФЗ «О защите конкуренции» не допускаются иные формы недобросовестной конкуренции путем сравнения 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.

В рекламе комиссионного магазина используется выражение: «комиссионный ювелирный магазин выгоднее чем ЛОМБАРД» без указания конкретных характеристик или параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение.

Согласно части 14 статьи 28 ФЗ «О рекламе» если оказание банковских, страховых и иных финансовых услуг или осуществление финансовой деятельности может осуществляться только лицами, имеющими соответствующие лицензии, разрешения, аккредитации либо включенными в соответствующий реестр или являющимися членами соответствующих саморегулируемых организаций, реклама указанных услуг или деятельности, оказываемых либо осуществляемой лицами, не соответствующими таким требованиям, не допускается.

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

Поскольку фраза: «комиссионный ювелирный магазин выгоднее чем ...» выделена 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 ломбард.

В соответствии со статьей 2 Федерального закона от 19.07.2007 № 196-ФЗ «О ломбардах» (далее – Закон № 196-ФЗ) 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 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» (далее – Закон № 353-ФЗ). Ломбард вправе ежедневно с 8 до 20 часов по местному времени принимать в залог и на хранение

движимые вещи (движимое имущество), принадлежащие заемщику или заложедателю и предназначенные для личного потребления, за исключением ценных бумаг, изъятых из оборота, а также вещей, на оборот которых законодательством Российской Федерации установлены соответствующие ограничения. Ломбарду запрещается заниматься какой-либо иной предпринимательской деятельностью, кроме предоставления краткосрочных займов гражданам, хранения вещей, а также оказания консультационных и информационных услуг. В местах хранения заложенных и сданных на хранение вещей не допускается хранение вещей, не являющихся таковыми. Фирменное наименование ломбарда должно содержать слово «ломбард» и указание на его организационно-правовую форму.

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

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

Ломбард не имеет статуса кредитной организации или некредитной финансовой организации, не состоит в государственных реестрах, ведение которых осуществляется Банком России (в том числе, в Государственном реестре ломбардов), не поднадзорен Банку России, и не относится к субъектам, которым в соответствии со статьей 4 Закона № 353-ФЗ предоставлено право осуществлять профессиональную деятельность по предоставлению потребительских кредитов (займов).

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

В 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.

В 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 является также лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламодателем в данном случае является индивидуальный предприниматель.

Ссылаясь на вышеизложенное, и, основываясь на фактических обстоятельствах дела, арбитражный суд пришел к выводу, что индивидуальный предприниматель нарушил требования пунктов 1 и 4 части 2, пункта 20 части 3 статьи 5 и части 14 статьи 28 «О рекламе».

Согласно статье 1 Закона о рекламе целями данного закона являются развитие

ков 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, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения направляет 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 на осуществление государственного надзора в сфере рекламы, в частности, выдавать рекламодателям, рекламораспространителям, изготовителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2.2020 ИП представил в Пензенское УФАС России письменные пояснения и доказательства, из которых следует, что реклама, размещенная по адресу: г. Пенза, демонтирована.

В связи с чем, Комиссия приходит к выводу предписание ИП не выдавать.

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

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 от 17.08.2006 № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

Признать ненадлежащей рекламу: «комиссионный ювелирный магазин позднее чем ЛОМБАРД скупка продажа ювелирных изделий», размещенную по адресу: г. Пенза, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пунктов 1 части 2, пункта 20 части 3 статьи 5 и части 14 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

2. 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.