

Председатель Комиссии антимонопольной службы по Республике Татарстан, по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, Чернова Венера Валерьевна, рассмотрев материалы дела в <...> по факту размещения рекламы с содержанием: «Памятники <...>, ограды <...>, лучший гранит Карелии, Китая, венки, ограды, фотокерамика, благоустройство, доступные цены, скидка, рассрочка 0 %» по адресу: <...>, «Молодежное кладбище», что имеет признаки нарушения Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе»,

УСТАНОВИЛ:

На основании приказов от 19 марта 2021 года №01/66-пр, от 24 марта 2021 года №01/77 и от 13 апреля 2021 года №01/111-пр Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан была проведена плановая выездная и документарная проверка в отношении МКУ «Исполнительный комитет муниципального образования город Набережные Челны» <...>.

В ходе проведения проверки по адресу <...>, «Молодежное кладбище» выявлен факт размещения рекламы с текстом: «Памятники <...>, ограды <...>, лучший гранит Карелии, Китая, венки, ограды, фотокерамика, благоустройство, доступные цены, скидка, рассрочка 0 %».

Номер телефона <...> принадлежит <...>(<...>). Действия индивидуального предпринимателя содержат признаки нарушения, пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5, части 1, части 3 статьи 28 Закона о рекламе.

Фотоизображение приведено ниже:

Согласно части 1 статьи 3 Закона «О рекламе» под рекламой понимается 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.

Согласно части 2 статьи 3 Закона «О рекламе» 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 к которым направлена реклама.

Объектом рекламирования являются памятники и ограды.

Реклама ИП <...> направлена на привлечение внимания и формирование интереса со стороны потребителей к товару, которые реализовывает рекламодатель.

В соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 5 ФЗ «О рекламе» недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 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.

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.

В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например, путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», 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 (пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе).

Согласно Постановлению Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», при анализе информации, содержащейся в рекламе, судам необходимо иметь в виду, что рекламодаделец несет ответственность за достоверность не только тех сведений, которые относятся к его собственной деятельности (товару), являющейся объектом рекламирования, но и тех сведений, которые относятся к деятельности (товару) его конкурентов, объектом рекламирования не являющейся.

Суды должны учитывать, что при сравнении в рекламе собственных товаров с товарами конкурентов не допускаются сравнение, основанное на несопоставимых критериях, или неполное сравнение товаров, поскольку это искажает представление о рекламируемом товаре и не позволяет объективно оценить его свойства.

Поэтому реклама может быть признана недостоверной и в том случае, когда сведения, не соответствующие фактическим обстоятельствам, касаются деятельности (товара) конкурентов.

В соответствии с п. 29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», при рассмотрении дел о признании рекламы недостоверной судам необходимо исходить из следующего.

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.

В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например, путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Реклама памятников и оград с текстом: «Памятники <...>, ограды <...>, лучший гранит Карелии, Китая, венки, ограды, фотокерамика, благоустройство, доступные цены, скидка, рассрочка 0 %» утверждает, что гранит из которого изготавливаются памятники и ограды является лучшим гранитом из Карелии и Китая, однако сравнение характеристик с другими гранитами Карелии и Китая не проводилась.

Вместе с тем, согласно части 1 статьи 28 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). Также согласно части 3 статьи 28 Закона о рекламе, если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, пользованием им и погашением кредита или займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее.

Согласно п. 24 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58, 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.

Наличие в рекламе информации о возможности получения (уточнения) сведений об условиях оказания соответствующих услуг у сотрудников организации, предоставляющей такие услуги, или иных консультантов, обладающих необходимыми сведениями об условиях оказания данных услуг, не освобождает рекламодателя от исполнения обязанности опубликования в рекламном объявлении условий оказания банковских, страховых и иных финансовых услуг, влияющих на их стоимость, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

Реклама памятников и оград с текстом: «Памятники <...>, ограды <...>, лучший гранит Карелии, Китая, венки, ограды, фотокерамика, благоустройство, доступные цены, скидка, рассрочка 0 %», не содержит в себе наименование или имя лица оказывающего финансовые услуги, а также условия оказания этих услуг, в связи с чем, данная реклама имеет признаки нарушения части 1 и 3 статьи 28 Закона о рекламе.

Вместе с тем, в адрес управления поступили пояснения <...> согласно которым, <...> является самозанятым. Вместе с тем, <...> утверждает, что указанным в определении рекламным материалом занимался бывший партнер.

Однако согласно Выписке из ЕГРИП, <...> является индивидуальным предпринимателем <...>.

Согласно части 14 статьи 28 Закона о рекламе, 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 силу части 14 статьи 28 Федерального закона «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.

Соответственно, в случае выявления рекламы финансовых услуг или финансовой деятельности лица, не обладающего требуемыми законодательством лицензией

разрешением, аккредитацией, либо не включенного в соответствующий реестр или являющегося членом соответствующей саморегулируемой организации, такая реклама подлежит пресечению. (письмо ФАС России от 21.03.2016 № АК/17292/16 «О рекламе финансовых услуг и финансовой деятельности»).

Статьей 3 Закона «О рекламе» установлено, что рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодателем может быть как лицо, заинтересованное в реализации объекта рекламирования (изготовитель товара, продавец товара, лицо, оказывающее услуги), так и иное лицо, если указанное лицо совершило действия по выбору объекта рекламирования (под которым понимается товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама) и содержания рекламной информации. При этом отнесение того или иного лица к рекламодателю осуществляется исходя из объекта рекламирования, к которому формируется интерес в рекламе, условий договора о распространении рекламы, а также иных обстоятельств распространения рекламы (письмо ФАС России от 31.05.2016 № АК/36350/16 «О разъяснении отдельных положений Федерального закона «О рекламе»).

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5, части 1, части 3, части 14 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» несет ответственность рекламодатель.

Вместе с тем, статьей 3 Закона «О рекламе» установлено, что рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

На основании вышеизложенного, признать ИП <...>(<...>) в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения закона «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» несет ответственность рекламодатель.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ОПРЕДЕЛИЛ:

Возбудить производство по делу №016/05/5-1396/2021 по признакам нарушения пункта 1 части 2 и пункта 1 части 3 статьи 5, частей 1 и 3 статьи 28 Закона «О рекламе».

Признать лицом, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе - <...>.

Назначить дело № 016/05/5-1396/2021 к рассмотрению на 01 сентября 2021 года в 15 часов 00 минут по адресу: г. Казань, ул. Московская, д.55, 2-й этаж, зал заседаний.

4. <...> в срок до 25 августа 2021 (включительно) представить в Татарстанское УФАС

России надлежащим образом заверенные копии следующих документов и материалов (на электронную почту <...> с дублированием <...>) согласно следующему перечню:

копии договоров на изготовление и распространение рекламы с текстом: «Памятники <...>, ограды <...>, лучший гранит Карелии, Китая, венки, ограды, фотокерамика, благоустройство, доступные цены, скидка, рассрочка 0 %»;

информацию об изготовителях вышеуказанного рекламного макета;

документы, лицензии, разрешения, позволяющие <...>оказывать финансовые услуги;

сведения о выручке ИП <...>за 2020, за 2021 годы, с приложением подтверждающих документов;

копия паспорта (при себе иметь оригинал) представителя <...>;

доверенность и копия паспорта (при себе иметь оригинал) представителя <...>;

сведения о том, что у ИП <...>лучший гранит Карелии и Китая;

иные документы и сведения, имеющие значение для дела, при наличии возражений – нормативное и документальное их обоснование.

В случае, если какие-либо пункты не реализованы (отсутствуют), указать мотивированную причину отсутствия данных документов или сведений.

При подготовке ответа на данный запрос, просим формировать ответ по пунктно, согласно списку запрашиваемой информации, а также в сопроводительном письме необходимо указать ссылку на исходящий номер, указанный в левом верхнем углу первой страницы запроса.

Непредставление в установленный срок сведений по требованию антимонопольного органа, либо представление заведомо недостоверных сведений (информации) влечёт наложение административного штрафа, предусмотренную частью 5 статьи 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, на граждан в размере от одной тысячи пятисот до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц – от десяти тысяч до пятнадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от пятидесяти тысяч до пятисот тысяч рублей.

Явка представителя ИП <...>обязательна.

<...>