

23 ноября 2015 года

г. Пенза, ул. Урицкого, 127

Резолютивная часть решения объявлена 16 ноября 2015 года.

Иссия Пензенского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Члены Комиссии:

- заместитель руководителя управления

Члены Комиссии:

- начальник отдела контроля органов власти и рекламы,

- главный специалист-эксперт отдела контроля органов власти и рекламы,

рассмотрев дело №3-01/48-2015, возбужденное в отношении индивидуального предпринимателя К<...> по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно части 1 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 3 «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»),

в присутствии:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе индивидуального предпринимателя К<...> – М<...> по доверенности от 12.11.2015,

УСТАНОВИЛА:

в ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе специалистами Управления Федеральной антимонопольной службы по Пензенской области установлен факт распространения в общедоступном информационном издании «ПРО город Пенза» № 36 (262) от 05.09.2015 стр.1 реклама финансовых услуг (кредита) с признаками нарушения законодательства о рекламе.

Исходя из определения Пензенским УФАС России от 30.10.2015 по факту распространения рекламы финансовых услуг возбуждено дело № 3-01/48-2015 по признакам нарушения законодательства о рекламе, предусмотренного частью 1 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 К<...>.

В ходе рассмотрения дела № 3-01/48-2015, представителем индивидуального предпринимателя К<...> 12.11.2015 представлены письменные пояснения, из которых следует, что размещенная реклама «Мой инструмент» в общедоступном информационном издании «ПРО город Пенза» №36 явилась следствием деятельности должностного контроля со стороны ИП К<...>. за деятельностью своих работников, непосредственно отвечающих за выпуск оформленных надлежащим образом рекламных макетов.

В ходе рассмотрения дела № 3-01/48-2015 представитель индивидуального

принимателя К<...> поддержал доводы, изложенные в письменных пояснениях от 2015. Факт нарушения законодательства о рекламе признал. Согласился с тем, что в рекламе, размещенной в газете «PRO город Пенза», отсутствует полное наименование предоставляющего финансовые услуги.

В представленные документы, заслушав пояснения лица, участвующего в рассмотрении дела, Комиссия пришла к следующему выводу.

В рекламно-информационном издании «PRO город Пенза» № 36 (262) от 05.09.2015 стр.1 размещена информация следующего содержания: «Мой ИНСТРУМЕНТ Все инструменты в одном магазине! Бензопила...Перфоратор...Мойка...УШМ...Наличный и безналичный расчет. Кредит и рассрочка! Ул.Тернопольская, 7, т.: 21-82-86, 8-987-502-62-95 Рассрочку предоставляет ИП П<...>».

Согласно статье 3 ФЗ «О рекламе» рекламой является информация, распространяемая 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. При этом под объектом рекламирования понимается товар, средство индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

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

1. Предназначаться для неопределенного круга лиц;

2. Привлекать, формировать и поддерживать интерес к объекту рекламирования;

3. Способствовать продвижению объекта рекламирования (товара) на рынке.

Неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны отношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования.

Согласно статье 3 ФЗ «О рекламе» в целях настоящего Федерального закона используются следующие основные понятия: товар – продукт деятельности (в том числе услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация, размещенная в рекламно-информационном издании «PRO город Пенза» содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: информация предназначена для неопределенного круга лиц; преследует строго заданные цели рекламирования: продвижение на рынке, призвана формировать и поддерживать интерес к услугам, предоставляемым соответствующим рекламодателем.

Наличие рекламы свидетельствует о распространении помимо рекламы товара (бензопила...Перфоратор...Мойка...) и организации (магазин «Мой инструмент»), рекламирующей указанный товар, также и рекламы финансовых услуг – «кредит», предоставляемого в связи с покупкой указанного товара.

Иные требования к рекламе установлены в статье 5 ФЗ «О рекламе», в которой

делено, что реклама должна быть добросовестной и достоверной. Добросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

в соответствии с частью 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводится в заблуждение потребитель рекламы.

в соответствии с частью 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» реклама финансовых, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица – наименование, для индивидуального предпринимателя – фамилию, имя, отчество).

в соответствии с частью 2 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» установлено, что 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.

в соответствии с частью 1 статьи 819 Гражданского кодекса Российской Федерации по кредитному договору банк или иная кредитная организация (кредитор) обязуется предоставить денежные средства (кредит) заемщику в размере и на условиях, предусмотренных договором, а заемщик обязуется возвратить полученную денежную сумму и уплатить проценты на нее.

следовательно, кредит – это финансовая услуга, оказываемая банком или иной кредитной организацией.

в ходе рассмотрения дела установлено, что кредит (указанный в рекламе) предоставляет АО «Банк Русский Стандарт» (ИНН 7707056547).

в ходе рекламного продвижения в вышеуказанной рекламе является не только предложение о покупке товаров, но и финансовые услуги, целью продвижения которых является привлечение внимания потенциальных покупателей к получению кредита.

в рекламируемой рекламе сведения о том, кем именно предоставляется кредит, не содержатся.

реклама о предоставлении кредита является рекламой финансовых услуг и должна соответствовать как общим требованиям, предъявляемым к рекламе, так и положениям статьи 28 ФЗ «О рекламе», устанавливающей специальные требования к рекламе финансовых услуг.

в ходе анализа положений ФЗ «О рекламе» следует, что требование статьи 28 Закона следует применять в совокупности и взаимосвязи с частью 7 статьи 5 Закона.

указанные нормы приняты в интересах потребителя, с целью формирования у него правильного (неискаженного и относительно полного) представления о рекламируемом товаре (услуге).

при этом, в рекламе «Мой инструмент» размещена информация о возможности получения услуги в кредит без указания наименования кредитной организации, которая

дествляет предоставление кредита, что является нарушением части 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

ольку в указанной рекламе указана финансовая услуга – «кредит», которая обусловлена на формирование у потребителя желания ею воспользоваться, то существенной является также подробная информация, относящаяся к кредиту.

м образом, отсутствие в рекламе какой-либо существенной части информации о услуге приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемым продуктом.

включение в текст рекламы телефонов для уточнения подробностей о рекламируемой финансовой услуге не может свидетельствовать о соблюдении требования законодательства о размещении в рекламе существенной информации, отсутствие которой способно ввести потребителя в заблуждение относительно рекламируемой услуги.

м образом, в рекламе нарушены требования части 7 статьи 5, части 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

Согласно пункту 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В соответствии с частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение законодательных актов, установленных статьей 28 законодательства Российской Федерации о рекламе несет рекламодатель.

Рекламодателем вышеуказанной рекламы является индивидуальный предприниматель К<...>, что подтверждается договором от 03.07.2015 № 1677 с индивидуальным предпринимателем П<...> (рекламодатель) на оказание услуг по размещению рекламы в средстве массовой информации информационно-рекламном издании «PRO город Пенза».

Выводом из вышеизложенного, и, основываясь на фактических обстоятельствах дела, арбитражный суд пришел к выводу, что индивидуальный предприниматель К<...> нарушила требования части 1 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 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.

Согласно статье 33 Закона о рекламе предусмотрены полномочия антимонопольного органа на

действие государственного надзора в сфере рекламы, в частности, выдавать административные предписания, рекламодателям, рекламодателям, рекламодателям обязательные исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Момент рассмотрения дела Комиссии Пензенского УФАС России доказательств нарушения требований части 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе» индивидуальным предпринимателем К<...> представлено не было.

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

Согласно части 4 статьи 38 ФЗ «О рекламе» нарушение рекламой, рекламодателями, рекламодателями, рекламодателями 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 дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе от 17.08.2006 № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

Признать ненадлежащей рекламу финансовых услуг, распространяемую индивидуальным предпринимателем К<...> в рекламно-информационном издании «ПРОД Пенза» № 36 (262) от 05.09.2015 стр.1, поскольку в ней нарушены требования части 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

Выдать индивидуальное предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

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.

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

Решение изготовлено в полном объеме 23 ноября 2015 года.

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