

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 120/16

«09» декабря 2016 г.

г. Новосибирск

Комиссия Новосибирского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: И.В. Волохина - заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы;

члены комиссии: В.Ю. Строгин - ведущий специалист-эксперт отдела рекламы,  
М.О. Хрипченко - специалист-эксперт отдела рекламы,

рассмотрев дело № 120/16, возбужденное по факту размещения рекламы услуг для стройки и ремонта в печатном издании «Мастера ремонта» №9 от 22 января 2016г., с признаками нарушения:

ч.1 ст. 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),

в отсутствие представителя заявителя - ООО «ТРИЭС-Медиа» (уведомлено надлежащим образом);

в присутствии представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – индивидуального предпринимателя <...>,

УСТАНОВИЛА:

В адрес Новосибирского УФАС России поступили обращения юридического лица ООО «ТРИЭС-Медиа» (вх. № 688 от 28.01.2016г., №962 от 05.02.16г., №1056 от 09.02.16г.) по факту размещения рекламы услуг для стройки и ремонта в печатном издании «Мастера ремонта».

Новосибирским УФАС России выявлено распространение информации в выпуске журнала «Мастера ремонта» №9 от 22 января 2016г.

Из информации представленной заявителем следует, что рекламные объявления в издании «Мастера ремонта» размещаются рекламодателями на основании договоров оказания рекламных услуг, заключенных с ИП Ремизовым (ИНН 380414929332, адрес: 630049, г. Новосибирск, ул. Красный проспект, д.200, офис 606).

В отношении ИП Ремизова проведена проверка, в ходе проведения которой Новосибирским УФАС России установлено следующее.

Реклама, согласно ч.1 ст.3 Закона «О рекламе» - 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.

Информация, размещенная в печатном издании «Мастера ремонта» №9 от 22 января 2016г., привлекает интерес и внимание к объектам рекламирования – услугам по ремонту домов и квартир, а так же организациям, предоставляющим данные услуги, соответственно, является рекламой.

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.

Согласно ч. 7 ст. 5 Закона «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 вводятся в заблуждение потребители рекламы.

На стр. 2 печатного издания «Мастера ремонта» №9 от 22 января 2016г. размещена информация следующего содержания: «...Бесшовные фотообои, фрески, фотошторы\_ экологичная, высокотехнологичная печать\_ бесплатный замер!\_ самые низкие цены в городе!\_ огромная коллекция изображений!\_ высота-258см.!ширина- не ограничена! сейчас! т.381-83-37».

На стр. 2, 3 указанного печатного издания размещена информация следующего содержания: «...Ceiling54 натяжные потолки\_ качество выше\_ сроки быстрее\_ монтаж\_ безопаснее\_375-29-49\_новогодняя распродажа-50%\_ огромный выбор светильников! vk.com/ceiling54\_new!\_ ремонт квартир! т....».

На стр. 12 рассматриваемого печатного издания размещена информация следующего содержания: «...Оконный завод Мечта...входит в 100 лучших предприятий России\_награжден\_ Орден» Звезда экономики России за 2011»...3 дня изготовления\_ 10 лет гарантии\_ бесплатный замер\_ скидки для частных...».

На стр. 6-7 и стр. 16 (в разделе: «купоны на скидку») указанного печатного издания размещаются рекламные объявления следующего содержания: «...Универсал\_ UNIVERSAL\_ натяжные потолки\_ экологичные (без запаха) натяжные потолки\_Для Вас 7 акций на нашем сайте...скидки новоселам и пенсионерам...мы 14 лет на рынке! мы одни из первых, кто устанавливает натяжные потолки в Новосибирске!...»; «Универсал\_ UNIVERSAL\_натяжные потолки\_экологичные (без запаха) натяжные потолки...Мы 13 лет на рынке! Одни из первых в Новосибирске!...Не упустите возможность сделать заказ по этой акции!30% скидки».

Реклама товаров (работ, услуг) не должна создавать у потребителей заблуждений относительно свойств (качеств, характеристик и др.) товара (работы, услуги). Таким образом, в рекламе не допускается использование информации не соответствующей действительности и аналогичных сведений о преимуществах рекламируемого товара.

Действующее законодательство в регулируемой сфере правоотношений исходит из того, что достоверность распространяемой рекламы с использованием утверждений в превосходной степени «лучшее» должна соответствовать реальной действительности в целях формирования у потребителя верного, истинного

представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

При этом, применительно к использованию в рекламе терминов в превосходной степени, например утверждений о "самом", "лучшем", "абсолютном", "единственном", "№1" и т.п., действует презумпция несоответствия действительности таких терминов в превосходной степени и утверждений, если рекламодаделец не подтвердит их истинность, предоставив документальные доказательства. При этом, использование в рекламе сравнительной характеристики посредством утверждений в превосходной степени без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, означает возможность проведения такого сравнения по любому критерию.

Фразы, содержащиеся в указанных рекламных объявлениях «...самые низкие цены в городе!...», «...качество выше\_сроки быстрее\_монтаж\_безопаснее...», «... в 100 лучших предприятий России...», «...Одни из первых в Новосибирске!...», содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В материалы проверки не представлено документальных подтверждений использования в рекламе терминов в превосходной степени, что указывает на наличие нарушений п.1.ч.2 и ч.7 ст.5 Закона «О рекламе».

Потребительский кредит (заем) - денежные средства, предоставленные кредитором заемщику на основании кредитного договора, договора займа, в том числе с использованием электронных средств платежа, в целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности, в том числе с лимитом кредитования (ч.1 ст. 3 Федеральный закон от 21 декабря 2013 г. N 353-ФЗ "О потребительском кредите (займе)").

На основании ч. 1 ст. 819 Гражданского кодекса РФ по кредитному договору банк или иная кредитная организация (кредитор) обязуются предоставить денежные средства (кредит) заемщику в размере и на условиях, предусмотренных договором, а заемщик обязуется возвратить полученную денежную сумму и уплатить проценты на нее.

Согласно ст. 4 Федерального закона № 135-ФЗ от 26.07.2006г. «О защите конкуренции», финансовая услуга - это 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. Таким образом, кредитование относится к категории финансовых услуг.

Кредитная организация - юридическое лицо, которое для извлечения прибыли как основной цели своей деятельности на основании специального разрешения (лицензии) Центрального банка Российской Федерации имеет право осуществлять банковские операции, предусмотренные Федеральным законом от 02.12.1990 N 395-1 «О банках и банковской деятельности» (далее - Закон «О банках и банковской деятельности»), ст. 1 Закон «О банках и банковской деятельности»).

Банк - кредитная организация, которая имеет исключительное право осуществлять в совокупности следующие банковские операции: привлечение во вклады

денежных средств физических и юридических лиц, размещение указанных средств от своего имени и за свой счет на условиях возвратности, платности, срочности, открытие и ведение банковских счетов физических и юридических лиц (ст. 1 Закона «О банках и банковской деятельности»).

Внесение в единый государственный реестр юридических лиц сведений о создании, реорганизации и ликвидации кредитных организаций, а также иных предусмотренных федеральными законами сведений осуществляется уполномоченным регистрирующим органом на основании решения Банка России о соответствующей государственной регистрации. Лицензия на осуществление банковских операций кредитной организации выдается после ее государственной регистрации в порядке, установленном Законом «О банках и банковской деятельности» и принимаемыми в соответствии с ним нормативными актами Банка России.(ст. 12 Закона «О банках и банковской деятельности»).

Вместе с тем, согласно ч.1 ст. 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).

На основании п. 2 ч. 3 ст. 5 Закона «О рекламе», недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара;

Согласно ч. 7 ст. 5 Закона «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 вводятся в заблуждение потребители рекламы.

На основании п.4 ч. 3 ст. 5 Закона «О рекламе», недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

На стр. 3 печатного издания «Мастера ремонта» №9 от 22 января 2016г. размещена информация следующего содержания: «...Заказы на зимнее строительство домов и бань из строительного и профелированного бруса\_хранение до весны бесплатно\_381-81-10...пенсионерам скидки\_ материнский капитал\_кредит, рассрочка...» и на стр. 17 указанного печатного издания размещается реклама, следующего содержания: «...Заказы на зимнее строительство домов и бань из строительного и профелированного бруса\_хранение до весны бесплатно\_381-81-10... пенсионерам скидки\_ материнский капитал\_кредит, рассрочка».

В рассматриваемых рекламных объявлениях не указаны названия кредитных учреждений, предоставляющих кредиты, что свидетельствует о нарушении ч. 1 ст. 28 Закона «О рекламе».

На стр. 6-7 и стр. 16 (в разделе: «купоны на скидку») указанного печатного издания имеются рекламные объявления следующего содержания: «...Универсал\_ UNIVERSAL\_ натяжные потолки\_ экологичные (без запаха) натяжные потолки\_ Для Вас 7 акций на нашем сайте...скидки новоселам и пенсионерам...мы 14 лет на рынке! мы одни из первых, кто устанавливает натяжные потолки в Новосибирске!...»; «Универсал\_ UNIVERSAL\_ натяжные потолки\_ экологичные (без запаха) натяжные потолки...Мы 13 лет на рынке! Одни из первых в Новосибирске!...Не упустите возможность сделать заказ по этой акции!30% скидки». Каких-либо документальных подтверждений действия специальных (особо установленных) скидок и льгот для пенсионеров в адрес Новосибирского УФАС России ИП Ремизовым П.В. не представлено. При этом, заявителем не представлены доказательства того, что скидки, указанные в рекламе, не предоставлялись клиентам рекламодателя. Следовательно, установить нарушение требований п.4 ч.3 ст.5 не представляется возможным.

Вместе с тем, в рекламных текстах «UNIVERSAL\_ натяжные потолки» указаны разные сведения об организации, осуществляющей установку натяжных потолков, а именно, числовые значения: «14 лет» на рынке и «13 лет» на рынке. Что может вводить потребителя в заблуждение в отношении сроков осуществления деятельности и содержит нарушение п. 20 ч. 3 ст. 5 Закона «О рекламе», согласно которой недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

Таким образом, рассматриваемая реклама не соответствует требованиям п.1 ч.2 ст.5, п.2 ч.3 ст.5, п.20 ч.3 ст.5, ч.7 ст.5, ч.1 ст.28 Закона «О рекламе».

Ответственность за нарушение требований ст. 5 Закона «О рекламе» несет рекламодатель (ч. 6 ст.38 Закона «О рекламе»).

Ответственность за нарушение требований ч.1 ст. 28 Закона «О рекламе» несет рекламораспространитель (ч. 7 ст.38 Закона «О рекламе»).

Согласно ст.3 Закона «О рекламе», рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Новосибирским УФАС России установлено, что рекламораспространителем рекламы, указанной в обращении, является ИП Ремизов

В отношении ИП Ремизова по указанным фактам возбуждено данное дело.

Определением о возбуждении дела от 10.11.16г. у ИП Ремизова Новосибирским УФАС России запрашивалась информация о рекламодателях рассматриваемых рекламных объявлений.

На заседании Комиссии Новосибирского УФАС России 09.12.16г., ИП Ремизов сообщил, что журнал «Мастера ремонта» выпускался до февраля 2016г., на данный момент журнал не выпускается, договоры на размещение рекламной информации не заключаются.

Кроме того, документы, на основании которых размещалась информация в выпуске №9 от 22 января 2016г., содержащая нарушения ст. 5 Закона «О рекламе», отсутствует, поскольку взаимоотношениями с рекламодателями занимались менеджеры журнала «Мастера ремонта» в ноябре-декабре 2015г.

Таким образом, рекламодатели рассматриваемых рекламных объявлений Новосибирским УФАС России не установлены.

Вместе с тем, в действиях ИП Ремизова содержится нарушение ч. 1 ст.28 Закона «О рекламе».

В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона о рекламе, ненадлежащая реклама - это реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия, руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

РЕШИЛА:

1. Признать информацию распространенную в печатном издании «Мастера ремонта» №9 от 22 января 2016г.:

- на стр. 2 «...Бесшовные фотообои, фрески, фотошторы\_ экологичная, высокотехнологичная печать\_ бесплатный замер!\_ самые низкие цены в городе!\_ огромная коллекция изображений!\_высота-258см.!ширина- не ограничена! сейчас! т.381-83-37».

- на стр. 2, 3 «...Ceiling54 натяжные потолки\_ качество выше\_ сроки быстрее\_ монтаж\_ безопаснее\_375-29-49\_новогодняя распродажа-50%\_ огромный выбор светильников! vk.com/ceiling54\_new!\_ ремонт квартир! т.....».

- на стр. 12 «...Оконный завод Мечта...входит в 100 лучших предприятий России\_награжден\_Орден» Звезда экономики России за 2011»...3 дня изготовления\_10 лет гарантии\_бесплатный замер\_скидки для частных...».

-на стр. 6-7 и стр. 16 (в разделе: «купоны на скидку») «... Универсал\_UNIVERSAL\_натяжные потолки\_экологичные (без запаха) натяжные потолки\_Для Вас 7 акций на нашем сайте...скидки новоселам и пенсионерам...мы 14 лет на рынке! мы одни из первых, кто устанавливает натяжные потолки в Новосибирске!...»;

на стр. 3, стр. 17 следующего содержания:

«...Заказы на зимнее строительство домов и бань из строительного и профелированного бруса\_хранение до весны бесплатно\_381-81-10...пенсионерам скидки\_ материнский капитал\_кредит, рассрочка...», ненадлежащей рекламой,

а индивидуального предпринимателя Ремизова Павла Владимировича (ИНН 380414929332, адрес: 630049, г. Новосибирск, ул. Красный проспект, д.200, офис 606) нарушившим требования ч.1 ст. 28 Закона «О рекламе», согласно которой 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).

2. Выдать ИП Ремизову предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Новосибирского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч.1 ст.14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

ПРЕДПИСАНИЕ ПО ДЕЛУ № 120/16

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

«16» декабря 2016 г.

г. Новосибирск

Комиссия Новосибирского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: И.В. Волохина - заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы;

члены Комиссии: В.Ю. Строгин – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы,

М.О. Хрипченко - специалист-эксперт отдела рекламы,

на основании своего решения от «16» декабря 2016 г. по делу № 120/16 о признании информации, распространенной в печатном издании «Мастера ремонта» №9 от 22 января 2016г. на стр. 3, стр. 17 следующего содержания :

«...Заказы на зимнее строительство домов и бань из строительного и профелированного бруса\_ хранение до весны бесплатно\_381-81-10...пенсионерам скидки\_ материнский капитал\_ кредит, рассрочка...», ненадлежащей рекламой,

и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»), пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Индивидуальному предпринимателю Ремизову <..> (ИНН 380414929332, <..>) в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе.

Для этого не допускать распространения рекламы с нарушением требований:

ч.1 ст. 28 Закона «О рекламе», согласно которой 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), в том числе информацию, следующего содержания:

«...Заказы на зимнее строительство домов и бань из строительного и профелированного бруса\_ хранение до весны бесплатно\_381-81-10...пенсионерам скидки\_ материнский капитал\_ кредит, рассрочка...».

2. ИП Ремизову представить в Новосибирское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до «29» декабря 2016г.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Новосибирское УФАС России вправе в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 г. № 195-ФЗ наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей, на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.