

Решение по делу № 042/5/05-964/2024

Индивидуальному предпринимателю

<...>

Заместителю начальника
Сибирского ГУ Банка России

<...>

630099, Новосибирская область

г. Новосибирск, пр. Красный, 27

<...>

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 042/05/5-964/2024

«23» июля 2024г. г. Кемерово

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кемеровской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Заместителя

председателя
Комиссии:

<...>
-

заместителя руководителя управления;

Членов Комиссии:

<...>
-

начальника отдела рекламы и недобросовестной конкуренции

старшего специалиста 1 разряда отдела рекламы и

<...>
-

недобросовестной конкуренции,

рассмотрев дело № 042/05/5-964/2024, возбужденное в отношении индивидуального предпринимателя <...> (далее – ИП <...>, адрес регистрации: <...>; ИНН: <...>, ОГРНИП: 316420500056235, дата присвоения ОГРНИП: 16.02.2016) по признакам нарушения требований пункта 1 части 2, пункта 1, 2 части 3 статьи 5, части 13 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту - ФЗ «О рекламе»),

УСТАНОВИЛА:

В адрес Кемеровского УФАС России поступило обращение Сибирского ГУ Банка России (исх. № Т6-30/7652 от 18.06.2024, вх. № 7018-М/24 от 18.06.2024) о наличии признаков нарушения требований ФЗ «О рекламе» в действиях ИП <...>.

Из обращения следует, что ИП <...> осуществляет деятельность по предоставлению потребительских займов с признаками нелегальной по адресу: <...>, (фотографии имеются в материалах дела).

Из представленных фотографий следует:

-на фасаде здания с правой стороны от входа на плакате размещена реклама следующего содержания: «КТЛ КомиссионТорг сеть комиссионных магазинов, ПРОДАЖА ■ ОБМЕН ■ СКУПКА, Ищите нас в 2Гис с изображением QR-кода, 8 <...>».

-на фасаде здания с левой стороны от входа размещена реклама следующего содержания: «КТЛ КомиссионТорг сеть комиссионных магазинов, БЕРЕМ ВСЁ!, 9:00-21:00 без выходных, ПОКУПАЕМ ДОРОГО!, ПРОДАЖА ■ ОБМЕН ■ ЗАЛОГ, По любым вопросам звоните: 8 <...>»;

-на вывеске внутри помещения размещена информация: «КТЛ КомиссионТорг сеть комиссионных магазинов»;

-на стене на плакате внутри помещения размещена реклама следующего содержания: «КТЛ КомиссионТорг сеть комиссионных магазинов, БЕРЕМ ВСЁ!, САМАЯ ДОРОГАЯ ОЦЕНКА В ГОРОДЕ!, 8 <...>, Ищите нас в 2Гис с изображением QR-кода».

При рассмотрении поступившего обращения Кемеровским УФАС России установлено следующее:

Пунктом 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» установлено, что 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.

При этом в соответствии с пунктами 2 и 5 части 2 статьи 2 ФЗ «О рекламе» данный Закон не распространяется на информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом, а также на вывески и указатели, не содержащие сведений

рекламного характера.

Кроме того, согласно пункту 18 Информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе», сведения, распространение которых по форме и содержанию является для юридического лица обязательным на основании закона или обычая делового оборота, не относятся к рекламной информации независимо от манеры их исполнения на соответствующей вывеске, в том числе с использованием товарного знака.

В соответствии с пунктом 1 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации № 58 от 08.10.2012 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами ФЗ «О рекламе» (далее - Постановление № 58) информация, обязательная к размещению в силу закона или размещенная в силу обычая делового оборота, также не является рекламой.

При этом не является рекламой размещение наименования (коммерческого обозначения) организации в месте ее нахождения, а также иной информации для потребителей непосредственно в месте реализации товара, оказания услуг (например, информации о режиме работы, реализуемом товаре), поскольку размещение такой информации в указанном месте не преследует целей, связанных с рекламой.

К данным сведениям не применяются требования законодательства Российской Федерации о рекламе.

Следовательно, информация «КТЛ КомиссионТорг сеть комиссионных магазинов» не является рекламой, так как размещена в месте осуществления деятельности организации, не преследует целей, связанных с рекламой, следовательно, признаки нарушения требований ФЗ «О рекламе» в данном случае отсутствуют.

Вместе с тем, Кемеровским УФАС России установлено, что в размещенной по адресу: <...>

Островского, д. 41 на фасаде здания с левой стороны от входа рекламе следующего содержания: «КТЛ КомиссионТорг сеть комиссионных магазинов, БЕРЕМ ВСЁ!, 9:00-21:00 без выходных, ПОКУПАЕМ ДОРОГО!, ПРОДАЖА ■ ОБМЕН ■ ЗАЛОГ, по любым вопросам звоните: 8 <...>», присутствует слово «ЗАЛОГ», что дает основание потребителям услуг полагать, что субъект, разместивший указанную рекламу, осуществляет именно финансовую деятельность.

В соответствии с пунктом 2 части 3 статьи 5 ФЗ «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.

Статьей 4 Федеральный закон от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» (далее - ФЗ «О потребительском кредите (займе)») установлено, что

профессиональная деятельность по предоставлению потребительских займов осуществляется кредитными организациями, а также некредитными финансовыми организациями в случаях, определенных федеральными законами об их деятельности.

К таким федеральным законам относятся Федеральный закон от 02.07.2010 № 151-ФЗ «О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях», Федеральный закон от 18.07.2009 № 190-ФЗ «О кредитной кооперации», Федеральный закон от 08.12.1995 № 193-ФЗ «О сельскохозяйственной кооперации», Федеральный закон от 19.07.2007 № 196-ФЗ «О ломбардах».

Частью 2.1 статьи 3 Федерального закона от 02.07.2010 № 151-ФЗ «О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях» предусматривается право микрофинансовых организаций (МФО) осуществлять профессиональную деятельность по предоставлению потребительских займов в порядке, установленном ФЗ «О потребительском кредите (займе)». Кемеровским УФАС России установлено, что согласно информации, размещенной на официальном сайте Центрального Банка России https://cbr.ru/vfs/finmarkets/files/supervision/list_mfo.xlsx ИП <...> не включен в Реестр микрофинансовых организаций, следовательно, не вправе осуществлять деятельность по предоставлению потребительских займов.

В соответствии с частью 13 статьи 28 ФЗ «О рекламе» реклама услуг по предоставлению потребительских займов лицами, не осуществляющими профессиональную деятельность по предоставлению потребительских займов в соответствии с ФЗ «О потребительском кредите (займе)», не допускается.

ИП <...> не является финансовой организацией, наделенной правом осуществлять профессиональную деятельность по предоставлению потребительских займов.

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

Также в соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» установлено, что 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 соответствии с пунктом 9 Постановления № 58 при анализе информации, содержащейся в рекламе, судам необходимо иметь в виду, что рекламодатель 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.

Пунктом 29 Постановления № 58 установлено, что 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 ФЗ «О рекламе»).

В связи с этим, использование в рекламе терминов в превосходной степени «самый», «лучший», «абсолютный», «№ 1» должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение. Подобные утверждения необходимо сопровождать ссылкой на результат соответствующих исследований и источник данных. Реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной.

Использование в рекламе неточных высказываний или преувеличений относительно самого рекламодателя может создать у потребителя неверное представление о его статусе, существовании оказываемых им услуг и качестве товаров.

Использование сведений о преимуществах оказываемых услуг не противоречит законодательству о рекламе, в случае если такое преимущество подтверждено документально.

Таким образом, использование в рекламе ИП <...> термина: «САМАЯ ДОРОГАЯ ОЦЕНКА В ГОРОДЕ!» не сопровождается ссылкой на результат соответствующих исследований и источник данных и достоверность его не подтверждена, следовательно, вступает в противоречие с пунктом 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

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

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» установлено, что рекламодатель несет ответственность за нарушение требований пункта 2 части 3 статьи 5, части 13 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

Частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» установлено, что рекламодатель несет ответственность за нарушение требований части 13 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

В данном случае рекламодателем и рекламораспространителем является ИП <...>.

20.06.2024 определением о возбуждении дела по признакам нарушения ФЗ «О рекламе» Кемеровским УФАС России было возбуждено дело № 042/05/5-964/2024 в отношении ИП <...> и назначено к рассмотрению на 23.07.2024 в 10 часов 00 минут. Копии данного определения были направлены в адрес ИП <...> и заявителя заказными письмами (распечатка с сайта АО «Почта России: отслеживание почтовых отправлений» с пометкой «вручение адресату» имеется в материалах дела), а также по электронной почте.

18.07.2024 в адрес Кемеровского УФАС России от ИП <...> поступило ходатайство о приобщении доказательств устранения выявленных нарушений по делу № 042/05/5-964/2024, из которого следует, что ИП <...> добровольно устранил выявленные нарушения требований пункта 1 части 2, пункта 1,2 части 3 статьи 5, части 13 статьи 28 ФЗ «О рекламе» при размещении рекламы в комиссионном магазине «КомиссионТорг» по адресу: <...>. В размещенной рекламе по данному адресу на фасаде здания с левой стороны от входа исключено слово «ЗАЛОГ». Также в размещенной по данному адресу рекламе на стене на плакате внутри помещения устранена фраза следующего содержания: «САМАЯ ДОРОГАЯ ОЦЕНКА В ГОРОДЕ!» (фотографии приобщены к материалам дела).

19.07.2024 Комиссией Кемеровского УФАС России определением о продлении был продлен срок рассмотрения дела № 042/05/5-964/2024 до 20.09.2024. Копии определения направлены в адрес ИП <...> и заявителю заказными письмами, а также электронной почтой.

23.07.2024 состоялось заседание Комиссии Кемеровского УФАС России по делу № 042/05/5-964/2024 в отсутствие ИП <...>, представителя по доверенности ИП <...>, а также в отсутствие заявителя, уведомленных надлежащим образом о дате, времени и месте рассмотрения данного дела.

Рассмотрев материалы дела № 042/05/5-964/2024, Комиссия установила следующее:

В соответствии с пунктами 2 и 5 части 2 статьи 2 ФЗ «О рекламе» данный Закон не распространяется на информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом, а также на вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера.

Не является рекламой размещение наименования (коммерческого обозначения) организации в месте ее нахождения, а также иной информации для потребителей непосредственно в месте реализации товара, оказания услуг (например, информации о режиме работы, реализуемом товаре), поскольку размещение такой информации в указанном месте не преследует целей, связанных с рекламой.

К данным сведениям не применяются требования законодательства Российской Федерации о рекламе.

Следовательно, информация «КТЛ КомиссионТорг сеть комиссионных магазинов» не является рекламой, так как размещена в месте осуществления деятельности организации, не преследует целей, связанных с рекламой, следовательно,

признаки нарушения требований ФЗ «О рекламе» в данном случае отсутствуют.

В соответствии с частью 13 статьи 28 ФЗ «О рекламе» реклама услуг по предоставлению потребительских займов лицами, не осуществляющими профессиональную деятельность по предоставлению потребительских займов в соответствии с ФЗ «О потребительском кредите (займе)», не допускается.

ИП <...> не является финансовой организацией, наделенной правом осуществлять профессиональную деятельность по предоставлению потребительских займов.

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

Также в соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» установлено, что 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 связи с этим, использование в рекламе терминов в превосходной степени «самый», «лучший», «абсолютный», «№ 1» должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение. Подобные утверждения необходимо сопровождать ссылкой на результат соответствующих исследований и источник данных. Реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной.

Использование в рекламе неточных высказываний или преувеличений относительно самого рекламодателя может создать у потребителя неверное представление о его статусе, существе оказываемых им услуг и качестве товаров.

Использование сведений о преимуществах оказываемых услуг не противоречит законодательству о рекламе, в случае если такое преимущество подтверждено документально.

Таким образом, использование в рекламе ИП <...> термина: «САМАЯ ДОРОГАЯ ОЦЕНКА В ГОРОДЕ!» не сопровождается ссылкой на результат соответствующих исследований и источник данных и достоверность его не подтверждена, следовательно, вступает в противоречие с пунктом 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

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

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» установлено, что рекламодатель несет ответственность за нарушение требований пункта 1 части 2, пункта 1, 2 части 3 статьи 5, части 13 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

Частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» установлено, что рекламодатель несет ответственность за нарушение требований части 13 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

В данном случае рекламодателем и рекламодателем является ИП <...>.

Руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 - ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42-47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922 Комиссия Кемеровского УФАС России,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу индивидуального предпринимателя <...> (адрес регистрации: <...>; ИНН: <...>, ОГРНИП: 316420500056235, дата присвоения ОГРНИП: 16.02.2016), поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 2, пункта 1, 2 части 3 статьи 5, части 13 статьи 28 ФЗ «О рекламе».
2. Индивидуальному предпринимателю <...> (адрес регистрации: <...>; ИНН: <...>, ОГРНИП: 316420500056235, дата присвоения ОГРНИП: 16.02.2016) предписание о прекращении нарушения требований, установленных пункта 1 части 2, пункта 1, 2 части 3 статьи 5, части 13 статьи 28 ФЗ «О рекламе» не выдавать в связи с добровольным устранением нарушения.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Кемеровского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме « » июля 2024 года.

Решение может быть обжаловано в порядке, предусмотренном статьей 37 ФЗ «О рекламе».

Заместитель председателя комиссии <...>

Члены Комиссии: <...>

<...>

2024-8624