

от «10» апреля 2012 года

г. Киров

РЕШЕНИЕ по делу № 35

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

Председателя Комиссии – <...> – исполняющего обязанности руководителя управления и членов Комиссии – <...> – начальника отдела финансовых рынков и рекламы, <...> – специалиста 2 разряда отдела финансовых рынков и рекламы,

в отсутствие надлежащим образом уведомленного о дате, месте и времени рассмотрения дела заявителя - <...>

в присутствии лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

<...> - Индивидуального предпринимателя;

<...> – представителя Индивидуального предпринимателя Решетниковой Надежды Ивановны по доверенности от 01 апреля 2012 года № б/н;

протокол вел <...> - ведущий специалист-эксперт отдела финансовых рынков и рекламы,

рассмотрев дело № 35 по признакам нарушения Индивидуальным предпринимателем <...> статьи 16, части 1 статьи 28 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 года № 38 (далее по тексту Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области поступило заявление <...> о нарушении действующего рекламного законодательства при размещении рекламы «Меховая мода» и «Уютный дом» в каталоге «Скидка Киров» № 1 (1) за март 2012 года.

В ходе проверки обращения физического лица было установлено, что в рекламно-информационном издании журнале «Скидка Киров» № 1 за март 2012 года были размещены рекламные модули следующего содержания:

-на страницах 6-7: *«Сезонные скидки! Кредит без переплаты и первоначального взноса! Подробности акции у продавцов-консультантов. Меховая мода. Кардаковский – ул. Ленина, 75. ЦУМ – 2 этаж, т. 54-26-21. www.mehmoda.com. Реклама сопровождается фотографиями женщин в меховых изделиях с указанием*

цены, а именно: жакет 279 (норка жемчуг) 129000, жилет 0011 (лиса блюфрост) 13000, шляпа «Вояж» (каракуль) 4500, жакет 294-2 (енот, трикотаж) 24000, шапка «Эмили» (енот) 4500, жилет 0022 (куница) 56000, болеро 342 (норка, соболь) 99000; жилет 0021 (норка) 56000; шляпа «Магнолия» 16500; жилет 0016 (рысь) 39000.; шапка «Инесса» (рысевидная кошка) 11900; пальто 316 (каракуль) 66000; шапка «Алсу» (соболь) 37000»;

-на странице 18 в разделе Дом/Интерьер: «Уютный дом, 44-00-65 ■ Бесплатная консультация дизайнера ■ Рассрочка платежа ■ Без предоплаты ■ Стоимость работ определяется сложностью воплощения. Ремонт, доступный каждому!».

В соответствии с частью 1 статьи 28 Закона о рекламе, реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество).

Рекламные модули «Меховая мода» и «Уютный дом», размещенные в рекламно-информационном издании журнале «Скидка Киров», свидетельствуют о распространении помимо рекламы товара, также и рекламы финансовых услуг, а именно – кредит и рассрочка. При этом, в рекламе отсутствует информация о наименовании или имени лиц, предоставляющих данные финансовые услуги (для юридического лица – наименование, для индивидуального предпринимателя – фамилия, имя, отчество), и следовательно она размещена с нарушением требований части 1 статьи 28 Закона о рекламе.

Кроме того, при проверке также установлено, что согласно статье 16 Закона о рекламе, размещение текста рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должно сопровождаться пометкой «реклама» или «на правах рекламы». Объем рекламы в таких изданиях должен составлять не более чем сорок процентов объема одного номера периодических печатных изданий. Требование о соблюдении указанного объема не распространяется на периодические печатные издания, которые зарегистрированы в качестве специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера и на обложке и в выходных данных которых содержится информация о такой специализации.

Информация об указанной специализации на обложке рекламно-информационного издания журнала «Скидка Киров» отсутствует, что является нарушением требований статьи 16 Закона о рекламе.

На основании статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение части 1 статьи 28 Закона несет как рекламоделец, так и рекламораспространитель, а за нарушение требований статьи 16 Закона ответственность несет рекламораспространитель.

В соответствии с выходными данными, Учредителем журнала «Скидка Киров» является Индивидуальный предприниматель <...>

Учитывая изложенное, рекламораспространителем вышеуказанной рекламы выступает ИП <...> поэтому в отношении данного хозяйствующего субъекта было возбуждено производство по делу по признакам нарушения статьи 16, части 1 статьи 28 Закона о рекламе.

Заявитель <...> на заседание Комиссии не явился, просил рассмотреть дело в его отсутствие. Данное ходатайство было Комиссией удовлетворено.

На заседании Комиссии представитель ИП <...> по доверенности от 01 апреля 2012 года № б/н <...> признал факт нарушения 16 статьи и части 1 статьи 28 Закона о рекламе относительно рекламного модуля «Меховая мода».

По поводу нарушений, допущенных в рекламе «Уютный дом» пояснил, что организация «Уютный дом» выполняет работы по ремонту помещений. При этом предусмотрена возможность оплаты выполненных работ в рассрочку. Коммерческий кредит может быть квалифицирован только из договоров, исполнение которых связано с передачей в собственность другой стороне денежных сумм или других вещей, определяемых родовыми признаками, т.е. из договоров купли-продажи. В рассматриваемом случае, возникают правоотношения по договору подряда, к которым применяются специальные нормы о подряде и общие нормы гражданского законодательства, в связи с чем, распространение положений ст. 823 ГК РФ и ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе на эти отношения недопустимы.

Также системное толкование указанной нормы и разъяснения ВАС РФ и ВС РФ Постановление Пленума ВС РФ и Пленума ВАС РФ № 13/14 от 08.10.1998 свидетельствуют о необходимости прямого указания в основном договоре на отношения по коммерческому кредитованию (на проценты по кредиту) как обязательное условие их возникновения. Если договором купли-продажи предусмотрена оплата товара через определенное время после его передачи покупателю либо оплата товара в рассрочку, а покупатель не исполняет обязанность по оплате переданного товара в установленный договором срок, то он в соответствии с п. 4 ст. 488 Кодекса обязан уплатить проценты на сумму, уплата которой просрочена (ст. 359). Указанные проценты, начисляемые (если иное не установлено договором) до дня, когда оплата товара была произведена, являются платой за коммерческий кредит (ст. 823 ГК РФ). Данная позиция подтверждается решениями высших судов, например: Определение ВАС РФ от 25.02.2009 № 1511/09 по делу № А56-10842/2008, Определение ВАС РФ от 25.05.2011 № ВАС -6078/11 по делу А56-21651/2012, Постановлением ФАС Волго-Вятского округа от 18.09.2008 по делу №А43-2403/2008-39-87. Следовательно, считаем, что Кировским УФАС России не доказан факт наличия в договорах подряда, заключаемых организацией «Уютный дом» на проценты, которые в соответствии со ст. 823 ГК РФ порождают правоотношения по коммерческому кредитованию.

Изучив имеющиеся документы и заслушав доводы ответчика, Комиссия установила, что ИП <...> как рекламодателем, нарушена статья 16, часть 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Выводы Комиссии основаны на следующем:

Согласно ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 года №38-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. Под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец 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. Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация в рекламных модулях «*Меховая мода*» и «*Уютный дом*» соответствует требованиям статьи 3 Закона о рекламе и является рекламой.

В силу ч. 1 ст. 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускается.

Ненадлежащей признается реклама, не соответствующая требованиям законодательства РФ.

Требования к рекламе финансовых услуг определены в статье 28 Закона о рекламе. В соответствии с частью 1 указанной статьи реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество).

Согласно пункту 2 статьи 4 Федерального закона «О защите конкуренции» под финансовой услугой понимается 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.

К финансовой организации, оказывающей финансовые услуги, относится кредитная организация. Кредитной организацией является юридическое лицо, которое на основании специального разрешения (лицензии) Центрального банка РФ имеет право осуществлять банковские операции.

В силу части 1 статьи 819 Гражданского кодекса РФ (далее ГК 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.

При этом кредит является одной из форм размещения денежных средств, которая в силу пункта 2 части 1 статьи 5 Федерального закона № 395-1 «О банках и банковской деятельности», относится к банковским операциям.

Таким образом, право предоставления кредитов принадлежит только банкам и иным кредитным организациям.

Учитывая изложенное, указание в рекламе на возможность приобретения товаров в кредит допускается только при условии ссылки на конкретную кредитную организацию, которая предоставляет данную финансовую услугу.

Рекламный модуль «*Меховая мода*» не содержал сведений о наименовании лица, предоставляющего финансовую услугу – кредит и соответственно был размещен с нарушением требований ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе.

Кроме того, финансовые услуги могут оказываться не только специализированными финансовыми организациями, но также и иными организациями.

Согласно статье 823 ГК РФ договорами, исполнение которых связано с передачей в собственность другой стороне денежных сумм или других вещей, определяемых родовыми признаками, может предусматриваться предоставление кредита, в том числе в виде аванса, предварительной оплаты, отсрочки и рассрочки оплаты товаров, работ или услуг (коммерческий кредит), если иное не установлено законом. Коммерческим кредитом может считаться всякое несоответствие во времени встречных обязательств по заключенному договору, когда товары поставляются (работы выполняются, услуги оказываются) ранее их оплаты либо платеж производится ранее передачи товаров (выполнения работ, оказания услуг).

При этом коммерческий кредит может предоставляться и не финансовыми организациями.

На основании изложенного, рассрочка оплаты считается финансовой услугой, которая в силу части 1 статьи 28 Закона о рекламе должна сопровождаться информацией о наименовании хозяйствующего субъекта предоставляющего данную услугу.

В рекламе «Уютный дом» рекламировалась финансовая услуга - рассрочка, без указания наименования лица, оказывающего эту услугу.

Отсутствие в тексте рекламы указанных сведений искажает смысл информации, наличие в рекламе слов «кредит и рассрочка» не дает потребителям рекламы верного представления об условиях приобретения товара, о лицах предоставляющих услуги по кредиту и рассрочке и может вводить потребителей в заблуждение, имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми финансовыми услугами.

Данные нормы права приняты в интересах потребителя с целью формирования у него правильного (неискаженного и относительно полного) представления о рекламируемом объекте (услуге).

Таким образом, рекламные модули не содержали сведений о наименовании лиц, предоставляющих финансовые услуги (кредит и рассрочка), то есть сведений, которые являются обязательными в силу закона и соответственно были размещены с нарушением требований ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе.

На основании изложенного, Комиссией отклоняются доводы представителя ИП <...> относительно того, что к договору подряда не применяются положения статьи 823 ГК РФ и требования ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе на данные отношения не распространяются, так как несоответствие во времени встречных обязательств сторон (отсрочка, рассрочка и т.д.) порождает отношение коммерческого кредита. Любой договор (договор подряда, поставки, аренды и т.д.) может включать условие о полной предварительной оплате или авансе предоставляемого имущества, результатов работ или оказания услуг (установленное в интересах приобретателя или услугодателя). При этом речь в данных случаях идет о кредите, предоставляемом одной стороне договора другой. Таким образом, наличие в

рекламе условия о предоставлении отсрочки, рассрочке, авансе или предоплате считается коммерческим кредитом по смыслу статьи 823 ГК РФ.

Кроме того, в соответствии со статьей 16 Закона о рекламе размещение рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должно сопровождаться пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы». Объем рекламы в таких изданиях должен составлять не более чем сорок процентов объема одного номера периодических печатных изданий. Требование о соблюдении указанного объема не распространяется на периодические печатные издания, которые зарегистрированы в качестве специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера и на обложке и в выходных данных которых содержится информация о такой специализации.

Журнал «Скидка Киров» (Свидетельство о регистрации СМИ ПИ № ТУ 43-299 от 07 декабря 2011 года) является рекламным изданием, реклама более 40 %.

Таким образом, газета является изданием, специализирующимся на сообщениях и материалах рекламного характера.

При этом на обложке данного журнала информация о такой специализации, в нарушении статьи 16 Закона о рекламе, отсутствовала.

Согласно ст. 38 Закона о рекламе за нарушение требований ст. 16, ч. 1 ст. 28 Закона несет ответственность рекламодатель.

Рекламодателем вышеуказанной рекламы в журнале «Скидка Киров» является ИП <...>

Комиссия считает, что нарушение рекламного законодательства произошло по вине рекламодателя индивидуального предпринимателя <...>

Учитывая тот факт, что на момент принятия решения нарушение устранено, Комиссия решила предписание об устранении нарушения рекламного законодательства не выдавать.

На основании ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 4 настоящей статьи, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, - влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Согласно ст. 2.4 Кодекса РФ об административных правонарушениях индивидуальный предприниматель <...> несет ответственность как должностное лицо, в случае совершения ей административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

Комиссия считает необходимым привлечь индивидуального предпринимателя <...> к административной ответственности.

Руководствуясь ст. 3, ст. 5, ст. 16, ст. 28, ст. 33, ст. 36, ст. 38 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу следующего содержания:

-«Сезонные скидки! Кредит без переплаты и первоначального взноса! Подробности акции у продавцов-консультантов. меховая мода. Кардаковский – ул. Ленина, 75. ЦУМ – 2 этаж, т. 54-26-21. www.mehmoda.com. Реклама сопровождается фотографиями женщин в меховых изделиях с указанием цены, а именно: жакет 279 (норка жемчуг) 129000, жилет 0011 (лиса блюфрост) 13000, шляпа «Вояж» (каракуль) 4500, жакет 294-2 (енот, трикотаж) 24000, шапка «Эмили» (енот) 4500, жилет 0022 (куница) 56000, болеро 342 (норка, соболь) 99000; жилет 0021 (норка) 56000; шляпа «Магнолия» 16500; жилет 0016 (рысь) 39000; шапка «Инесса» (рысевидная кошка) 11900; пальто 316 (каракуль) 66000; шапка «Алсу» (соболь) 37000»;

-«Уютный дом, 44-00-65 ■ Бесплатная консультация дизайнера ■ Рассрочка платежа ■ Без предоплаты ■ Стоимость работ определяется сложностью воплощения. Ремонт, доступный каждому!», размещенную в каталоге «Скидка Киров» № 1 (1) за март 2012 года на странице 6-7 и странице 18, так как она противоречит требованиям части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

2. Признать индивидуального предпринимателя <...> нарушившей статью 16, часть 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

3. В связи с устранением нарушения предписание индивидуальному предпринимателю <...> не выдавать.

4. Передать материалы уполномоченному должностному лицу Кировского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении индивидуального предпринимателя <...>

Решение изготовлено в полном объеме 24 апреля 2012 года.

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

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

