

УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ

ПО ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

625048, г. Тюмень, ул. Холодильная, 58а тел. 50-31-55

РЕШЕНИЕ № Р19/4-28

24.04.2019 г. г. Тюмень

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

Председатель Комиссии: <...> -заместитель руководителя управления;

<...> - заместитель начальника отдела КСЗ;

Члены Комиссии:

<...> - главный специалист-эксперт отдела КСЗ,

рассмотрев дело № Р19/4-28 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе при распространении рекламы финансовых услуг,

в отсутствии лиц, участвующих в деле:

- заявителя <...> (уведомлена надлежащим образом почтовое уведомление№ 80082134176772);

- ИП <...> (уведомлена надлежащим образом почтовое уведомление№ 80082134176796),

УСТАНОВИЛА:

На заседании Комиссии отсутствовал представитель ИП <...>. В соответствии с п.30 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утверждены Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 №508), рассмотрение дела в отсутствие сторон возможно в случаях, если имеются данные об их своевременном извещении о месте и времени рассмотрения дела и если от них не поступило мотивированное ходатайство об отложении рассмотрения дела или указанное ходатайство не удовлетворено антимонопольным органом. Как следует из материалов дела, ИП <...>. была надлежащим образом извещена о времени и месте рассмотрения дела, что подтверждается почтовым уведомлением № 80082134176796.

Таким образом, дело может быть рассмотрено в отсутствие лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства.

В адрес Тюменского УФАС России из Управления Роспотребнадзора по Тюменской области поступило обращение <...>. (вх. 542 от 21.01.2019г.) о нарушении ИП <...> (ИНН 667103975430, ОГРНИП 317665800012774) законодательства

Российской Федерации о рекламе.

Из заявления следует, что 21.09.2018г. по месту жительства заявителя (г.Тюмень, ул. <...>) позвонила рекламный агент и вручила рекламный буклет-карточку, где значилась ИП <...>. и информация об установке пластиковых окон.

К заявлению приложена копия рекламного буклета-карточки следующего содержания: *«ИП <...>. Кредит и рассрочка оформление на дому! Льготные скидки 10%, 15%, 18% Окна, балконы, лоджии, веранды, теплицы, беседки: любой сложности по требованию заказчика от производителя: www.ural-okna.com Экологически чистый кальцинированный профиль. Австрийская фурнитура «МАСО». Эксплуатационный период 45 лет. Тюмень, ул.Рижская, 55, оф.6 Работаем без выходных! +7(902) 812-45-59 Удар по ценам!».*

В рекламе предлагается оформление окон в кредит без указания лица, оказывающего финансовую услугу (кредит).

Определением №Р19/4-28 от 14.02.2019г. по данному факту было возбуждено дело о нарушении законодательства о рекламе в отношении ИП <...>.

Согласно письменным пояснениям ИП <...>. данный буклет был самостоятельно разработан сотрудником и распечатан на цветном принтере на плотной бумаге. Как пояснял представитель ИП <...>. на рассмотрении дела, состоявшемся 14.03.2019г., нарушение допущено по незнанию закона. Визитки с рекламной информацией распространяются по квартирам при предложении установки окон. Кредит предоставляется АО «ТинькоффБанк». На изготовление окон у ИП <...>. заключен договор с заводом-изготовителем. Имеются сертификаты, гарантирующие, что эксплуатационный период составляет 45 лет.

Комиссия, исследовав материалы дела, пришла к следующим выводам.

Согласно статье 3 Закона о рекламе, рекламой является 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; 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 внимания к которым направлена реклама; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот; ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Согласно Международному кодексу рекламной практики под потребителем рекламы понимается «любое лицо, которому адресуется реклама или которого она сможет достичь, вне зависимости от того, является ли оно конечным потребителем, торгующим субъектом или пользователем». Экономической целью размещения рекламы, является продвижение и продажа товара (работ, услуг) оптовому покупателю и конечному потребителю.

Таким образом, рассматриваемая информация является рекламой, поскольку отвечает всем требованиям, предъявляемым к рекламе.

Комиссия при рассмотрении дела учитывает, что законодательство о рекламе не содержит понятия финансовой услуги и финансовой организации. Соответственно, для положений Закона о рекламе возможно применение понятий и терминов, установленных в Федеральном законе №135-ФЗ от 26.07.2006 г. «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции).

Так, согласно пункту 2 статьи 4 Закона о защите конкуренции № 135-ФЗ от 26.07.2006 г., 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.

Согласно пункту 6 статьи 4 Закона о защите конкуренции, финансовая организация - хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги, - кредитная организация, профессиональный участник рынка ценных бумаг, организатор торговли, клиринговая организация, микрофинансовая организация, кредитный потребительский кооператив, страховая организация, страховой брокер, общество взаимного страхования, негосударственный пенсионный фонд, управляющая компания инвестиционных фондов, паевых инвестиционных фондов, негосударственных пенсионных фондов, специализированный депозитарий инвестиционных фондов, паевых инвестиционных фондов, негосударственных пенсионных фондов, ломбард (финансовая организация, поднадзорная Центральному банку Российской Федерации), лизинговая компания (иная финансовая организация, финансовая организация, не поднадзорная Центральному банку Российской Федерации).

Таким образом, согласно Закону о защите конкуренции, под финансовую услугу подпадают конкретные услуги, прямо указанные в данном определении, а также иные услуги, связанные с привлечением, размещением денежных средств, но только в случае, если они оказываются финансовой организацией. При этом перечень финансовых организаций содержится в пункте 6 статьи 4 Закона о защите конкуренции. Данный перечень является закрытым.

Кроме того, само содержание спорной рекламы подтверждает ее направленность на привлечение внимания потребителей к возможности получения кредита. Таким образом, рассматриваемая реклама является рекламой финансовых услуг – кредита.

Частью 1 статьи 28 Закона о рекламе предусмотрено, что реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги. Установленное законодателем требование о необходимости указания в рекламе банковской услуги наименования лица, оказывающего такую услугу, призвано дать возможность потенциальным потребителям услуги реализовать свое право на получение информации, выработать общее представление об условиях оказания данным лицом финансовых услуг (условиях приобретения товара в кредит) еще до обращения за товаром. Таким образом, несоответствие рекламы услуг по предоставлению кредита требованиям законодательства о рекламе нарушает права и законные интересы потребителей, ограничивая их право доступа к необходимой

информации, что представляет собой существенную угрозу охраняемым законом общественным отношениям в сфере потребительского рынка.

На основании изложенного следует, что рассматриваемая реклама финансовой услуги распространялась без указания наименования лица, оказывающего такую услугу, что нарушает требования части 1 статьи 28 Закона о рекламе.

Требования части 1 статьи 28 Закона о рекламе корреспондирует с нормой части 7 статьи 5 Закона о рекламе, которая не допускает отсутствие в рекламе части существенной информации о реализуемом товаре, об условиях его приобретения и использования, если при этом искажается смысл информации, и вводятся в заблуждение потребители.

Рассматриваемая реклама направлена на формирование у потребителей желания воспользоваться предоставляемыми услугами. В таком случае, существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителя такой рекламой. Тем самым, отсутствие какой-либо части информации о предоставляемых услугах не должно приводить к искажению смысла рекламы и способствовать введению в заблуждение потребителей имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми банковскими услугами.

Указание в рекламе существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей.

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

Рассматриваемая реклама не содержит сведений о существенных условиях предоставления кредита, в частности сведений о наименовании лица, оказывающего финансовую услугу, а следовательно, в ней отсутствует часть существенной информации для потребителя.

Таким образом, рассматриваемая реклама содержит нарушение требований части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП <...> (<...>г.р., место рождения – <...>, адрес места жительства: <...>, ОГРНИП 317665800012774).

В соответствии с частями 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5, несет рекламодатель, за нарушение требований части 1 статьи 28 Закона о рекламе ответственность несет как рекламодатель, так и рекламораспространитель.

Согласно части 4 статьи 38 Закона о рекламе нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями 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 антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу следующего содержания: «ИП <...>. Кредит и рассрочка оформление на дому! Льготные скидки 10%, 15%, 18% Окна, балконы, лоджии, веранды, теплицы, беседки: любой сложности по требованию заказчика от производителя: www.ural-okna.com Экологически чистый кальцинированный профиль. Австрийская фурнитура «МАСО». Эксплуатационный период 45 лет. Тюмень, ул.Рижская, 55, оф.6 Работаем без выходных! +7(902) 812-45-59 Удар по ценам!», ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, части 1 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ИП <...>. предписание о прекращении нарушений законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Тюменского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме _____ года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель комиссии: <...>

Члены комиссии: <...>

<...>