

## РЕШЕНИЕ

### по делу № 362/2012-Р

03 декабря 2012г.

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

председатель Комиссии: Ерошина Я.А., заместитель руководителя - начальник отдела рекламы и недобросовестной конкуренции;

члены Комиссии: Колупаева Е.В., Грачева Д.В., Ушатикова Н.А.,

рассмотрев дело № 362/2012-Р по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы салона одежды из кожи и меха «Симфония меха» на рекламной конструкции (щитовой установке) по адресу: < . . . >, содержащей признаки нарушения части 1 статьи 28 и части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»), в присутствии представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, рекламодателя – индивидуального предпринимателя Копычко С. С. < . . . >.

#### УСТАНОВИЛА:

В ходе проводимого мониторинга рекламно-информационных стендов г. Рязани 10 октября 2012 года выявлены признаки нарушения рекламного законодательства.

По адресу: < . . . > установлена рекламная конструкция (щитовая установка).

На данной рекламной конструкции размещена следующая информация: *«СИМФОНИЯ МЕХА. Очень много кожи и меха! Низкие цены, выгодные кредиты. ул. Чкалова, 16 (рядом с гостиницей «Ловеч»). т. 45-02-02. 1 км»* с изображением девушки с мехом в руках и нарисованным указателем.

Согласно статье 3 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»), 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.

Частью 1 статьи 19 ФЗ «О рекламе» определено, что рекламной конструкцией являются объекты наружной рекламы, распространяемые с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения.

Таким образом, данная информация является рекламой, поскольку соответствует критериям рекламы, указанным в статье 3 ФЗ «О рекламе».

Рассмотрев материалы дела, изучив доводы лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, Комиссия пришла к следующим выводам.

В главе 42 Гражданского кодекса Российской Федерации даны определения понятий коммерческого кредита и кредита.

Согласно статье 819 ГК РФ, «кредит» - это предоставление денежных средств (кредита) заемщику банком или иной кредитной организацией (кредитором), в размере и на условиях, предусмотренных договором, а заемщик обязуется возвратить полученную денежную сумму и уплатить проценты на нее.

Согласно статье 823 ГК РФ «коммерческий кредит» - это предоставление кредита, в том числе в виде аванса, предварительной оплаты, отсрочки и рассрочки оплаты товаров, работ или услуг, если иное не установлено законом.

Следовательно, законодательством четко разделены понятия кредита и коммерческого кредита.

Таким образом, размещенная на щитовой установке реклама имела цель привлечь внимание потребителей к салону одежды из кожи и меха «Симфония меха», к возможности приобретения в указанном салоне кожи и меха, кроме того, приобретению в их по выгодным кредитам, что является финансовой услугой.

В соответствии со статьей 4 Федерального закона от 26.07.2006г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» 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 28 ФЗ «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).

Согласно части 1 статьи 54 Гражданского Кодекса Российской Федерации, юридическое лицо имеет свое наименование, содержащее указание на его организационно-правовую форму.

В нарушение указанной нормы закона в рекламе отсутствует требуемое наименование лица, оказывающего рекламируемую финансовую услугу, а также его организационно-правовая форма.

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», рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе», рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно разрешению на установку рекламной конструкции от 30.12.2011г. № 1199-РК-11, выданному администрацией города Рязани, владельцем рекламной конструкции, установленной по адресу: < . . . >, является ИП Копычко С.С.

ИП Копычко С.С. в своих объяснениях (от 29.11.2012г. вх. № 4255) пояснил, что между ООО «Велдан» (Симфония меха) и ИП Копычко С.С. был заключен договор от 26.07.2012г. № 79 на размещение рекламы по адресу: < . . . > и на изготовление макета рекламного баннера согласно предоставленной ООО «Велдан» информации.

ИП Копычко С.С. пояснил, что макет был сделан и согласован сторонами без нарушений норм законодательства РФ. На нем были указаны банки, которые предоставляют кредит. Однако, при обработке макета и отправке его в печать посредством сети Интернет произошло повреждение электронного файла, в результате которого был утерян слой изображения с информацией о банках.

Таким образом, установлено, что рекламораспространителем является ИП Копычко С.С.

Согласно части 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение части 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе» несет рекламораспространитель.

Учитывая то обстоятельство, что макет рекламы был согласован с рекламодателем (ООО «Велдан») в соответствии с требованиями ФЗ «О рекламе», Комиссия сочла в действиях рекламодателя отсутствие нарушений части 1 статьи 28 и части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «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 ненадлежащей рекламу салона одежды из кожи и меха «Симфония меха» на рекламной конструкции (щитовой установке) по адресу: < . . . >, размещенную ИП Копычко С.С. < . . . >, поскольку в ней нарушены требования части 1 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе».
2. Выдать ИП Копычко С.С. предписание о прекращении нарушений законодательства о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Рязанского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 05 декабря 2012г. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

**ПРЕДПИСАНИЕ**

**О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА**

## РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

03 декабря 2012 года

Комиссия Рязанского УФАС России по рассмотрению дела по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии Ерошина Я.А., заместитель руководителя – начальник отдела рекламы и недобросовестной конкуренции;

члены Комиссии: Колупаева Е.В., Грачева Д.В., Ушатикова Н.А.,

на основании своего решения от 03 декабря 2012 года по делу № 362/2012-Р о признании ненадлежащей рекламы салона одежды из кожи и меха «Симфония меха» на рекламной конструкции (щитовой установке) по адресу: < . . . >, размещенной ИП Копычко С.С. < . . . >, и, в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1,3 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ИП Копычко С. С. < . . . > в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания, прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно, прекратить размещение ненадлежащей рекламы салона одежды из кожи и меха «Симфония меха», нарушающей требования части 1 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе», на рекламной конструкции (щитовой установке) по адресу: < . . . >.

2. ИП Копычко С. С. < . . . > представить в Рязанское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 14 декабря 2012 г.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Рязанское УФАС России вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей

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