

Определение о возбуждении дела №08-47/2015 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

исх. РБ-08/2549 от 25.02.2015

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе <...> – заместитель руководителя, рассмотрев заявление о проверке соблюдения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» по факту распространения в газете «PRO Город-ТВ» рекламы Международной финансовой компании ALMIDIA,

Установил:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее - Управление) поступило обращение (вх. №238/ж от 09.02.2015 г.) о проверке соблюдения законодательства о рекламе по распространению в СМИ «PRO Город-ТВ» и «Ва-Банк» рекламы Международной финансовой компании ALMIDIA.

Общественные отношения в области размещения, распространения и производства рекламы регламентированы Федеральным законом «О рекламе».

Целями настоящего закона является развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

В пункте 1 статьи 3 Закона «О рекламе» дано понятие рекламы - это 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 – это товар (работы, услуги), 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.

Информация, распространявшаяся в газетах «PRO Город-ТВ» и «Ва-Банк» рекламы с текстом: «Инвестиционный фонд для всех и каждого «ALMIDIA инвестируй в будущее», «Надоело жить в долг? Хватит жить от зарплаты до зарплаты! «Доход 100% всего за 3 месяца «Звоните прямо сейчас!»» ул. Адоратского, 62а, этаж 2, тел.: 8-987-413-60-90...www.almidiainvest.com», содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; преследует строго заданные цели информирования: продвижение на рынке, призвана формировать и поддерживать интерес к услугам, предоставляемым соответствующим рекламодателем.

По итогам изучения представленных документов ООО «Газета про Казань»

Управлением установлено, что между ООО «Газета про Казань» и ИП <...> заключен договор купли-продажи рекламных мест от 18.11.2013г., согласно которому ИП <...> приобретает у ООО «Газета про Казань» в собственность рекламные площади. По данному договору ИП <...> может использовать рекламные площади по своему усмотрению, в том числе вправе продавать их третьим лицам без согласия продавца, а также размещать рекламу третьих лиц.

Также редакцией был представлен агентский договор, заключенный между собственником рекламных площадей ИП <...> и ИП <...>.

Вместе с тем, ИП <...> заключил договор от 27.11.2014 г. на размещение рекламных материалов с <...>, таким образом, рекламодателем рекламы является <...>.

Исходя из анализа текста рассматриваемой статьи следует, что оказываемая Международной финансовой компании ALMIDIA услуга является финансовой, так как связана с предоставлением возможности получения доходов лицами, воспользовавшимися данной услугой посредством привлечения и (или) размещения денежных средств юридических и физических лиц.

В соответствии с требованиями пункта 2 части 3 статьи 5 Федерального 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.

Информация о том, что потребитель, воспользовавшись данной услугой имеет возможность получить доход 100% за 3 месяца, указана крупным шрифтом.

Кроме того, использование в вышеуказанной рекламе фраза «доход 100% за 3 месяца», создает впечатление о том, что любой воспользовавшийся рекламируемой услугой потребитель имеет возможность воспользовавшись услугами Международной финансовой компании ALMIDIA может получить доход в размере 100%, при этом рекламное объявление не содержит информации никакой другой информации.

В соответствии с требованиями пункта 6 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о гарантийных обязательствах изготовителя или продавца товара.

Согласно статье 432 Гражданского кодекса Российской Федерации, существенными являются условия о предмете договора, условия, которые названы в законе или иных правовых актах как существенные или необходимые для договоров данного вида, а также все те условия, относительно которых по заявлению одной из сторон должно быть достигнуто соглашение.

В соответствии с Федеральным законом «О рекламе», реклама должна носить понятный, не двусмысленный характер, и не должна вводить потребителя в заблуждение.

При этом потребитель рекламы вправе рассчитывать на формирование неискаженного представления об услуге при восприятии конкретного рекламоносителя, а не совокупности всех распространенных к определенному моменту рекламных материалов.

Указание в рекламе достоверных сведений о рекламируемом товаре, является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей.

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. Реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Гражданка, увидев вышеуказанную рекламу в газете, обратилась в Международную финансовую компанию ALMIDIA и внесла определенную сумму денег, однако не смогла получить гарантированный ей доход.

Таким образом, данная реклама содержит признаки нарушения пункта 2 части 3 статьи 5, а также пункта 6 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Из положений части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» следует, что за нарушение требований, установленных пунктом 2 части 3 статьи 5, а также пунктом 6 части 3 статьи 5 названного закона, ответственность несет рекламоделец.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

Определил:

1. Возбудить производство по делу №08-47/2015 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
2. Назначить дело №08-47/2015 к рассмотрению на 5 марта 2015 года в 15 ч. 30 мин. по адресу: г. Казань, ул. Московская, д.55, 2-й этаж, зал заседаний.
3. Признать лицом, участвующим в деле, в действиях которого содержатся признаки нарушения Федерального закона «О рекламе» <...>
- 4.<...> в срок до 4 марта 2015 г. представить следующие заверенные копии документов и сведений:

копии паспорта: старица с Ф.И.О., датой и местом рождения, страница с адресом регистрации;

согласованный между рекламодателем и рекламораспространителем макет (текст) рекламы (в случае, если макет был согласован посредством переписки по электронной почте, представить скан-копии страниц интернет-браузера, отображающих содержание переписки);

договор на изготовление, распространение и размещение вышеуказанной

рекламы, акты выполненных работ, платежные поручения, счета-фактуры;

информацию о том, где еще и каким образом распространялась реклама Международной финансовой компании ALMIDIA, с приложением подтверждающих документов

письменные пояснения по доводам, изложенным в данном определении, при наличии возражений представить нормативное и документальное их обоснование;

письменные пояснения по признакам нарушения пункта 2 части 3 статьи 5, а также пункта 6 части 3 статьи 5 закона «О рекламе».

Привлечь к участию в рассмотрении данного дела в качестве заявителя <...>.

Привлечь к участию в рассмотрении данного дела в третьего лица ООО «ИнтерМедиаГрупп».

ООО «ИнтерМедиаГрупп» в срок до 4 марта 2015 г. представить следующие заверенные копии документов и сведений:

7.1. - договор на распространение указанной рекламы Международной финансовой компании ALMIDA, акт выполненных работ, счет на оплату, платежное поручение;

7.2. согласованный между рекламодателем и рекламодателем макет (текст) рекламы (в случае, если макет был согласован посредством переписки по электронной почте, представить скан-копии страниц интернет-браузера, отображающих содержание переписки);

7.3. информацию о распространении указанной рекламы Международной финансовой компании ALMIDA (рекламодателями могли выступать: юридическое лицо, индивидуальные предприниматели, либо физические лица) в выпусках газеты «Ва-Банкъ» в период с 01.12.2013г. (договоры, акты выполненных работ, платежные поручения) по настоящее время;

7.4. выпуски газет в период с 1.12.2013г. по 25.02.2015г.

7.6. всю имеющуюся информацию о рекламодателе, в том числе информацию о контактах (почтовый адрес (в случае, если с данным лицом ведется переписка по почте), адрес электронной почты, по которой ведется переписка с данным лицом, копия паспорта, телефоны должностных лиц указанного общества, с которыми поддерживается (поддерживалась) связь)

7.7. письменное объяснение по вышеизложенному факту.

В случае если какие-либо пункты не реализованы (отсутствуют), указать мотивированную причину отсутствия данных документов или сведений.

Непредставление в установленный срок сведений по требованию антимонопольного органа, либо представление заведомо недостоверных сведений (информации) влечёт административную ответственность, предусмотренную частью 6 статьи 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Явка <...>либо его защитника, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна.