

ОПРЕДЕЛЕНИЕ № 06-06/02-2019

о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

10 января 2019 года

город Омск

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее - Омское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе <...>, рассмотрев материалы, свидетельствующие о признаках нарушения обществом с ограниченной ответственностью Автоломбард «Деловой подход» (далее - ООО Автоломбард «Деловой подход», Общество, ИНН 5501188793, ОГРН 1185543009189, место нахождения: <...>) требований части 11 статьи 5, части 1 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе 20.11.2018 специалистом Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области был установлен факт распространения на металлическом ограждении в районе строящегося здания по ул. Маяковского в г. Омске (между домами, расположенными по адресу: ул. Ленина, д. 53/ул. Маяковского, д. 9 и пр. К. Маркса, 16, напротив Сквера им. 30 лет ВЛКСМ) рекламы: «Деловой подход ЗАЙМ под ПТС 33-74-74 низкий %».

В соответствии с [пунктом 1 статьи 3](#) Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе») реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме, 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.

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками - распространена наружным способом, в адрес неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания к компании «Деловой подход», в том числе к оказываемым ей услугам - выдача займов.

Согласно пункту 2 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 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 Федерального закона «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги или осуществляющего данную деятельность (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя и (если имеется) отчество).

На момент выявления факта распространения вышеуказанной рекламы, информация о лице (организационно-правовая форма организации), оказывающей финансовую услугу, в

рассматриваемой рекламе отсутствовала.

Одновременно в силу части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

В силу части 1 статьи 68 Конституции Российской Федерации [государственным языком](#) Российской Федерации на всей ее территории является русский язык.

Согласно части 6 статьи 1 Федерального закона от 01.06.2005 № 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации» при использовании русского языка как государственного языка Российской Федерации не допускается использования слов и выражений, не соответствующих нормам современного русского литературного языка (в том числе нецензурной брани), за исключением иностранных слов, не имеющих общеупотребительных аналогов в русском языке.

В соответствии с подпунктом 10 части 1 статьи 3 Федерального закона от 01.06.2005 № 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации» **государственный язык Российской Федерации подлежит обязательному использованию в рекламе.**

Под нормами современного русского литературного языка при его использовании в качестве государственного языка Российской Федерации понимается совокупность языковых средств и правил их употребления в сферах использования русского языка как государственного языка Российской Федерации.

В соответствии со структурой языка различаются орфоэпические, лексические, грамматические (словообразовательные, морфологические, синтаксические), орфографические, пунктуационные нормы. Все эти нормы важны для обеспечения функционирования русского языка как государственного.

Орфографические нормы – это правила написания слов, которые закреплены в орфографических словарях, учебных пособиях по русскому языку.

В рекламе «Деловой подход ЗАЙМ под ПТС 33-74-74 низкий %» допущено нарушение орфографических норм при написании слова «**заём**».

Согласно нормам современного русского языка слово «заём» в именительном падеже единственного числа пишется через букву «ё».

Таким образом, неправильное написание слов в рекламе, противоречащее нормам русского языка, недопустимо, и свидетельствует о признаках нарушения части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

На запрос Омского УФАС России ООО Автоломбард «Деловой подход» в письме от 26.11.2018 б/н дословно пояснило: «...В обществе с ограниченной ответственностью Автоломбард «Деловой подход» должностным лицом за согласование и размещение рекламы назначен директор – <...>, приказ от «02» апреля 2018 года за № 3...

...Указанное должностное лицо разработало макет для его последующего изготовления и размещения.

После разработки макета, <...> обратился в рекламное агентство ООО «Яркий мир», расположенное по адресу: <...>...

...При разработке рекламного макета, умысла на нарушение Федерального закона «О рекламе» у <...> не было.

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

ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Возбудить производство по делу № 06-06/02-2019 по признакам нарушения требований части 11 статьи 5, части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».
2. Признать лицом, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО Автолкомбард «Деловой подход» (ИНН 5501188793, ОГРН 1185543009189, место нахождения: <...>).
3. Назначить дело № 06-06/02-2019 к рассмотрению **на 24 января 2019 года в 15:00 часов** по адресу: 644010, г. Омск, пр. К. Маркса, 12 А, к. 102.
4. ООО Автолкомбард «Деловой подход» **в срок до 22 января 2019 года** представить в адрес Управления письменный отзыв на настоящее определение (при необходимости).

Одновременно предупреждаю, что непредставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), а равно предоставление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо предоставление недостоверных сведений (информации) влечет за собой административное наказание в виде административного штрафа в соответствии с частью 6 статьи 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Явка представителя ООО Автолкомбард «Деловой подход» для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна.

Председатель Комиссии <...>