

Решение по делу №08-391/2015 по признакам нарушения
законодательства Российской Федерации о рекламе

Исх. №ИП-08/20048 от 28.12.2015

Резолютивная часть решения оглашена: «8» декабря 2015г.

В полном объеме решение изготовлено: «22» декабря 2015г.

Комиссия Татарстанского УФАС России по рассмотрению дела о нарушении
законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в
составе:

Председатель Комиссии <...>-(...)

Члены Комиссии <...>-(...),

<...>-(...),

рассмотрев дело № 08-391/2015 возбужденное по признакам нарушения пункта 2
части 5 статьи 5 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ «О рекламе», в
присутствии представителя «Тимер Банк» (ПАО) (420066, РТ, г. Казань, проспект
Ибрагимов, д. 58, ИНН 1653016689) по доверенности (доверенность № 0504/327 от
29.10.2015)

Установила:

Согласно статье 33 Федерального закона «О рекламе» от 13 марта 2006 г. №38-ФЗ
Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан
(далее - Управление) осуществляет в пределах своих полномочий
государственный надзор за соблюдением законодательства Российской
Федерации о рекламе.

По результатам проведения плановой выездной проверки (на основании приказа
№ 02/687-пр от 30.09.2015г.) «Тимер Банк» (ПАО) (420066, РТ, г. Казань, проспект
Ибрагимов, д. 58, ИНН 1653016689) Управлением установлен факт размещения
информации в газете «Деловой Зеленодольск» от 27.06.2014г. на основании
договора № 6 от 08.04.2014г., с заголовком «БТА-Казань дарит бонусы за верность»
с текстом следующего содержания: «Гарантией того, что впереди у «БТА-Казань»
светлое будущее, может служить то, что к работе банка привлечены серьезные
силы, в числе которых Федеральное Агентство по страхованию вкладов и
Правительство Республики Татарстан».

По данному факту Татарстанским УФАС России в отношении «Тимер Банк» (ПАО)
было возбуждено дело № 08-391/2015 по пункту 2 части 5 статьи 5 Федерального
закона от 13.03.06 №38-ФЗ «О рекламе».

В ходе рассмотрения дела № 08-391/2015 Комиссия пришла к следующим
выводам.

Согласно статье 3 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ «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.

Указанная информация 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: призвана формировать и поддерживать интерес к рекламируемому «товару».

В соответствии с п. 2 ч. 5 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе" (далее - Закон N 38-ФЗ) в рекламе не допускается указание на то, что объект рекламирования одобряется органами государственной власти или органами местного самоуправления либо их должностными лицами.

При использовании в рекламе указания на одобрение названных государственных (муниципальных) структур защита интересов потребителей возможна в случае, если:

- сведения об одобрении органов власти и управления объекта рекламы не соответствуют действительности;

- такое использование вводит потребителей в заблуждение, создавая впечатление о большей степени правдивости сведений о рекламируемом товаре, качество и надежность которого гарантирована участием к нему государственных (муниципальных) структур.

Одним из основных способов введения потребителей в заблуждение является использование в рекламе ссылок на какую-либо рекомендацию, одобрение, в том числе государственных органов. Так, распространение сведений о наличии награды государственного органа на рекламируемый товар может увеличить его привлекательность для потребителей, поскольку предполагает, что качество этого товара гарантировано государством.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона «О рекламе», реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации является ненадлежащей.

Из положений части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» следует, что за нарушение требований, установленных п. 2 ч. 5 ст. 5 названного закона, несет ответственность рекламодатель.

Руководствуясь п.1 ч.2 ст.33, ч.1 ст.36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37 - 43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

Решила:

1. Признать ненадлежащей рекламу, размещенную в газете «Деловой Зеленодольск» от 27.06.2014г. на основании договора № 6 от 08.04.2014г., с заголовком «БТА-Казань дарит бонусы за верность» с текстом следующего содержания: «Гарантией того, что впереди у «БТА-Казань» светлое будущее, может служить то, что к работе банка привлечены серьезные силы, в числе которых

Федеральное Агентство по страхованию вкладов и Правительство Республики Татарстан», поскольку в ней нарушены требования Федерального закона «О рекламе».

2. Предписание не выдавать в связи с добровольным устранением нарушения.
3. Материалы дела для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, не передавать.

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