

РЕШЕНИЕ

по делу № 012/05/5-529/2022

о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

«08» августа 2022 года
Йошкар-Ола

г.

Резолютивная часть решения объявлена: «03» августа 2022 года

Полный текст решения изготовлен: «08» августа 2022 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя – начальник отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов <...>;

член Комиссии – главный специалист – эксперт отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов <...>;

член Комиссии – ведущий специалист – эксперт отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов <...>;

рассмотрев дело № 012/05/5-529/2022, возбужденное по признакам нарушения части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 – ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) по факту распространения наружной рекламы следующего содержания: Центр Списания Долгов Проблемы с кредитами?....»,

УСТАНОВИЛА:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) установлен факт размещения рекламы следующего содержания:

далее – Реклама,

Из письменных пояснений ИП Г. вх. № 5928 от 29.07.2022 следует, что спорная информация, размещенная на стендере в месте осуществления предпринимательской деятельности не является рекламой, поскольку не содержит конкретных сведений ни о товаре, ни об условиях его приобретения или использования, не несет эмоциональной окраски и оценочной информации и не способна воздействовать на сознание потребителя таким образом, чтобы убедить его в необходимости приобретения товара, в котором нуждается у данного субъекта предпринимательской деятельности.

Комиссия Марийского УФАС России, рассмотрев полученные материалы, документы, письменные и устные пояснения лиц, участвующих в деле, приходит к выводу о нарушении законодательства о рекламе при распространении рассматриваемой рекламы на основании следующего.

В соответствии со ст. 1 Закона о рекламе целями данного Федерального закона являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в РФ единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения законодательства РФ о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Целью любого закона является защита и охрана определенных общественных интересов. Включение законодателем в цели Закона о рекламе предотвращения и пресечения ненадлежащей рекламы, говорит о том, что распространение такой рекламы уже является угрозой общественным интересам, охраняемым данным законом.

В соответствии с п. 1, 2, 3 ст. 3 Закона 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.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена (Письмо ФАС России от 05.04.2007 №АЦ/4624 «О понятии «неопределенный круг лиц»).

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.

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками - распространена с использованием штендера; адресована неопределенному кругу лиц; направлена на привлечения внимания потребителей к услугам и товарам, предоставляемым соответствующим рекламодателем и осуществляемой им деятельности.

ФАС России неоднократно разъясняла, какие конструкции являются рекламными, а какие - информационными (вывески), например, письмо от 28.11.2013 № АК/47658/13, письмо от 27.12.2017 № АК/92163/17.

Согласно пункту 15 Информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» вопрос о наличии в информации признаков рекламы решается с учетом конкретных обстоятельств дела.

В силу статьи 9 Закона Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» изготовитель (исполнитель, продавец) обязан довести до сведения потребителя фирменное наименование (наименование) своей организации, место ее нахождения (адрес) и режим ее работы. Продавец (исполнитель) размещает указанную информацию на вывеске. Сведения, распространение которых по форме и содержанию является для юридического лица обязательным на основании закона или обычая делового оборота, не относятся к рекламной информации.

К такой информации относятся, в частности, сведения, предоставляемые лицами в соответствии со статьями 9, 10 Закона о защите прав потребителей. То обстоятельство, что информация, обязательная к размещению в силу закона или размещенная в силу обычая делового оборота, приведена не в полном объеме, само по себе не влечет признания этой информации рекламой.

Не следует рассматривать в качестве рекламы и размещение наименования (коммерческого обозначения) организации в месте ее нахождения, а также иной информации для потребителей непосредственно в месте реализации товара, оказания услуг (например, информации о режиме работы, реализуемом товаре), поскольку размещение такой информации в указанном месте не преследует целей, связанных с рекламой (пункт 1

постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе»»).

Комиссия Марийского УФАС России оценив содержание и способ размещения информации пришла к выводу, что она по своему содержанию не относится к сведениям, предусмотренным законодательством для обязательного размещения, а направлена на привлечение внимания потребителей к объектам рекламирования – услуги по сопровождению процедуры банкротства физического лица и ее продавцу.

Использование в рекламе формулировок «Спишем долги по государственной программе за 6 месяцев... гарантия... бесплатная консультация» не может рассматриваться как информирование оказанных услугах, а имеет явную направленность на привлечение и поддержание интереса к объекту рекламирования – услуги, оказываемые ИП Г.

Кроме того, в силу пункта 2 Постановление Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», согласно которому при анализе информации на предмет наличия в ней признаков рекламы судам необходимо учитывать, что размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в названных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре.

Кроме того, стендер обладает признаками рекламы, поскольку размещен с целью распространения информации, направленной на привлечение внимания неопределенного круга лиц к объекту рекламирования (к деятельности «Центр Списания Долгов», преимущественно оказывающие услуги по сопровождению процедуры банкротства физического лица с использованием формулировки), формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. При этом, размер стендера, размещенного ИП Г. на прилегающей к офису территории, содержание указанной информации не отвечают признакам, предъявляемым к вывескам. Он не раскрывает информацию, необходимую потребителю. Конструкция не содержит информацию, которая должна доводиться до потребителей в соответствии со статьями 9 и 10 Закона РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей».

На нем отсутствуют какие-либо сведения о наименовании продавца, о фирменном наименовании, о месте его нахождения и режиме работы.

Таким образом, разграничение рекламной конструкции и вывески может быть осуществлено с учетом целевого назначения содержащихся в них

сведений, которое выявляется в результате оценки обстоятельств размещения таких сведений, в том числе внешнего вида, характера, размера и места расположения указанной конструкции.

При таких обстоятельствах, поскольку исключительной или основной целью размещения щтендера является не указание сведений о продавце, в соответствии с требованиями закона и обычаями делового оборота, а привлечение внимания неопределенного круга лиц к услугам оказываемым «Центр Списания Долгов», использующему коммерческое обозначение, указанный щтендер является рекламным

В соответствии с частью 7 статьи 5 Закона о рекламе не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

В рассматриваемой рекламе не указана информация о сумме долга, при которой лицо может быть признано банкротом, время в течение которого необходимо обратиться для признания банкротом, а также о возможных ограничениях для физического лица.

Из смысла рекламы можно сделать вывод, что единственный выход при наличии задолженности — это банкротство. Однако в рекламе не приведено обоснование данного утверждения, и вся существенная информация о проведении процедуры банкротства отсутствует.

Так, при наличии задолженности по кредитам (займам) возможны, например, реструктуризация кредита (займа) и рефинансирование задолженности.

Реструктуризация осуществляется несколькими способами: пролонгация кредита, предоставление кредитных каникул, изменение валюты кредитования, снижение ставки по кредиту, списание неустойки.

Таким образом, банкротство не является единственным выходом из ситуации, в случае наличия задолженности, однако ИП Г. указанное не отражено в рассматриваемой рекламе.

Так, согласно статье 2 Федерального закона от 26.10.2002 № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» (далее – Закон о банкротстве) несостоятельность (банкротство) - признанная арбитражным судом неспособность должника в полном объеме удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам, о выплате выходных пособий и (или) об оплате труда лиц, работающих или работавших по трудовому договору, и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных платежей.

Согласно статье 810 Гражданского кодекса Российской Федерации заемщик обязан возвратить займодавцу полученную сумму займа в срок и в

порядке, которые предусмотрены договором займа.

Статьей 819 ГК РФ определено, что по кредитному договору банк или иная кредитная организация (кредитор) обязуются предоставить денежные средства (кредит) заемщику в размере и на условиях, предусмотренных договором, а заемщик обязуется возвратить полученную денежную сумму и уплатить проценты за пользование ею, а также предусмотренные кредитным договором иные платежи, в том числе связанные с предоставлением кредита.

В случае предоставления кредита гражданину в целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности (в том числе кредита, обязательства заемщика по которому обеспечены ипотекой), ограничения, случаи и особенности взимания иных платежей, определяются законом о потребительском кредите (займе).

Согласно ч. 1 ст. 213.4 Закона о банкротстве гражданин обязан обратиться в арбитражный суд с заявлением о признании его банкротом в случае, если удовлетворение требований одного кредитора или нескольких кредиторов приводит к невозможности исполнения гражданином денежных обязательств и (или) обязанности по уплате обязательных платежей в полном объеме перед другими кредиторами и размер таких обязательств и обязанности в совокупности составляет не менее чем пятьсот тысяч рублей, не позднее тридцати рабочих дней со дня, когда он узнал или должен был узнать об этом.

Гражданин вправе подать в арбитражный суд заявление о признании его банкротом в случае предвидения банкротства при наличии обстоятельств, очевидно свидетельствующих о том, что он не в состоянии исполнить денежные обязательства и (или) обязанность по уплате обязательных платежей в установленный срок, при этом гражданин отвечает признакам неплатежеспособности и (или) признакам недостаточности имущества (ч.2 ст.213.4 Закона о банкротстве).

Таким образом, нормами права установлена минимальная сумма задолженности, при которой физическое лицо может быть признано банкротом (500 тысяч рублей), также определены основания для обращения. Указанные условия являются существенными.

Кроме того, в соответствии с ч. 3 ст. 213.24 Закона о банкротстве в случае признания гражданина банкротом арбитражный суд вправе вынести определение о временном ограничении права на выезд гражданина из Российской Федерации.

Все имущество гражданина, имеющееся на дату принятия решения арбитражного суда о признании гражданина банкротом и введении реализации имущества гражданина и выявленное или приобретенное после даты принятия указанного решения, составляет конкурсную массу, за

исключением имущества, определенного пунктом 3 (ч. 1 ст. 213.25 Закона о банкротстве).

С даты признания гражданина банкротом все права в отношении имущества, составляющего конкурсную массу, в том числе на распоряжение им, осуществляются только финансовым управляющим от имени гражданина и не могут осуществляться гражданином лично (ч. 5. ст. 213.25 Закона о банкротстве).

В силу части 1 статьи 213.30 Закона о банкротстве в течение пяти лет с даты завершения в отношении гражданина процедуры реализации имущества или прекращения производства по делу о банкротстве в ходе такой процедуры он не вправе принимать на себя обязательства по кредитным договорам и (или) договорам займа без указания на факт своего банкротства.

Согласно ч. 2 ст. 213.30 Закона о банкротстве в течение пяти лет с даты завершения в отношении гражданина процедуры реализации имущества или прекращения производства по делу о банкротстве в ходе такой процедуры дело о его банкротстве не может быть возбуждено по заявлению этого гражданина.

В соответствии с ч. 3 ст. 213.30 Закона о банкротстве в течение трех лет с даты завершения в отношении гражданина процедуры реализации имущества или прекращения производства по делу о банкротстве в ходе такой процедуры он не вправе занимать должности в органах управления юридического лица, иным образом участвовать в управлении юридическим лицом.

В соответствии с ч. 4 ст. 216 Закона о банкротстве в течение пяти лет с даты завершения в отношении индивидуального предпринимателя процедуры реализации имущества или прекращения производства по делу о банкротстве в ходе такой процедуры он не вправе осуществлять предпринимательскую деятельность, а также занимать должности в органах управления юридического лица, иным образом участвовать в управлении юридическим лицом.

Следовательно, согласно Закону о банкротстве освобождение от долгов и требований кредиторов возможно только после завершения расчетов с кредиторами. При этом все имущество гражданина, признанного судом банкротом, включается в конкурсную массу для его последующей реализации и расчетов с кредиторами, гражданин не вправе распоряжаться своим имуществом лично.

Таким образом, последствием признания гражданина банкротом может быть ограничение его права на выезд из Российской Федерации, должник не вправе лично открывать банковские счета и вклады в кредитных организациях и получать по ним денежные средства, в течение пяти лет с даты завершения процедуры банкротства гражданин не вправе принимать

на себя обязательства по кредитным договорам и (или) договорам займа без указания на факт своего банкротства, в течение трех лет с даты завершения в отношении гражданина процедуры банкротства он не вправе занимать должности в органах управления юридического лица, иным образом участвовать в управлении юридическим лицом.

Индивидуальный предприниматель с момента принятия арбитражным судом решения о признании его банкротом утрачивает статус индивидуального предпринимателя, а также аннулируются выданные ему лицензии на осуществление отдельных видов предпринимательской деятельности. В течение пяти лет с момента завершения процедуры банкротства индивидуальный предприниматель, признанный банкротом, не может быть зарегистрирован в качестве индивидуального предпринимателя, он не вправе осуществлять предпринимательскую деятельность, а также занимать должности в органах управления юридического лица, иным образом участвовать в управлении юридическим лицом.

Однако, рассматриваемая реклама создает впечатление, что, обратившись с заявлением о признании банкротом, гражданин освобождается от долгов без каких-либо расчетов с кредиторами и без каких-либо последствий.

Указание только благоприятных последствий процедуры банкротства создает впечатление у потребителей, о том, что после проведения данной процедуры не возникает каких-либо последствий и трудностей.

Кроме того, из рекламы следует, что, гражданину гарантировано освобождение от долгов, в то время как решение о введении в отношении гражданина процедуры банкротства принимает суд, который также может и отказать во введении процедуры банкротства.

Вместе с тем, в рекламе иная информация, касающаяся процедуры банкротства, в том числе об ограничениях и последствиях после введения процедуры банкротства и признания гражданина банкротом, отсутствует.

Таким образом, рассматриваемая реклама нарушает требования части 7 статьи 5 Закона о рекламе, поскольку не содержит существенных условий касательно процедуры банкротства, тем самым искажается смысл рекламы, и потребители вводятся в заблуждение.

Пунктами 5, 6, 7 статьи 3 Закона о рекламе предусмотрены понятия рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя. Рекламодатель – это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо. Рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

При рассмотрении материалов Марийским УФАС России установлено, что деятельность в области права осуществляет ИП Г.

Антимонопольным органом установлено, что спорная рекламная информация размещена в месте осуществления деятельности ИП Г.

Данные факты зафиксированы антимонопольным органом в ходе рассмотрения дела, возбужденного по признакам нарушения законодательства о рекламе.

Таким образом, лицом, заинтересованным в распространении рекламы товара является ИП Г., поскольку индивидуальный предприниматель имеет коммерческий интерес в продвижении рекламируемого товара на рынке товаров.

Таким образом, ИП Г. является рекламодателем как лицо, оказывающее услуги, являющиеся объектом рекламирования.

Следовательно, рекламодателем, рекламораспространителем рекламной информации является ИП Г.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В материалах дела не имеются документальные доказательства, отражающие факт устранения ИП Г. в настоящее время нарушения законодательства о рекламе.

На основании изложенного, Комиссия Марийского УФАС России считает, что в данном случае имеются основания для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

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 ненадлежащей рекламу следующего содержания:

''

поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 – ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ИП Г. обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Марийского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

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

Председатель Комиссии

Члены Комиссии