

Резолютивная часть решения оглашена 19 февраля 2018 года

В полном объеме решение изготовлено 01 марта 2018 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: Председателя Комиссии: <...> Членов Комиссии: <...> <...>;

в присутствии от лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства: <...>

рассмотрев материалы дела № 06/04-2018р по признакам нарушения ИП <...> п.1 ч.3 ст. 5, п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» по факту размещения в газете «Сельская трибуна» № 89 (11604) от 21 ноября 2017 года на 4 странице рекламной информации следующего содержания: «*Лучшая цена. «Лидер». Норка от <...>. Реклама*»,

#### УСТАНОВИЛА:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением хозяйствующими субъектами требований законодательства РФ о рекламе было установлено, что в газете «Сельская трибуна» № 89 (11604) от 21 ноября 2017 года на 4 странице размещена рекламная информация следующего содержания: «*Лучшая цена. «Лидер» <...>Реклама*», которая содержит признаки нарушения п.1 ч.3 ст. 5, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006 года №38-ФЗ (далее -Федеральный закон «О рекламе»).

Определением от 26.01.2018 возбуждено дело № 06/04-2018р в отношении ИП <...>, рассмотрение назначено на 19.02.2018.

Изучив материалы дела, комиссия Кировского УФАС России приходит к следующим выводам.

Согласно ст. 3 Федерального закона «О рекламе», рекламой является информация, распространяемая 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. Под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, 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 – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация, размещенная в газете «Сельская трибуна» № 89 (11604) от 21 ноября 2017 года, следующего содержания: «*Лучшая цена. «Лидер» Норка <...> Реклама*», адресована неопределенному кругу лиц (читателям газеты «Сельская трибуна»), направлена на привлечение внимания потенциальных потребителей к объекту рекламирования (товарам, реализуемым ИП <...>), способствует формированию интереса к рекламируемым услугам и их продвижению на рынке, и по своему содержанию является рекламой.

Требования к рекламе финансовых услуг определены в статье 28 Федерального закона «О рекламе». В соответствии с п. 2 ч. 2 указанной статьи реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

Согласно ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе», если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, использованием им и погашением кредита или займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)» для заемщика и влияющие на нее.

Порядок расчета полной стоимости потребительского кредита (займа) с приведением формулы, по которой необходимо осуществлять расчет, установлен статьей 6 Федерального закона от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)», при этом условия договора потребительского кредита (займа) установлены статьей 5 указанного закона.

Учитывая изложенное, если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита (займа), использованием им и погашением кредита, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита и влияющие на нее.

Рассматриваемая рекламная информация содержала только часть условий по предоставлению кредита, а именно: процентную ставку (от 1 % в месяц).

При этом иные существенные условия предоставления кредита, такие как минимальная сумма потребительского кредита (займа), срок действия договора потребительского кредита, срок возврата потребительского кредита, валюта, в которой предоставляется потребительский кредит в данной рекламе не указаны.

Учитывая изложенное, рекламная информация не соответствует требованиям п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе», поскольку содержит только одно условие предоставления финансовой услуги (кредит), а именно процентную ставку (от 1 % в месяц), но не содержит все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита, которые влияют на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица.

В соответствии с п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в

обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В п. 29 постановления Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» разъяснено, что 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.

В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов "лучший", "первый", "номер один", должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Вышеуказанная рекламная информация содержит нарушение п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», так как в спорной рекламной информации отсутствует конкретный критерий, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение фразы «*Лучшая цена*», следовательно, информация содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований п.1 ч.3 ст. 5, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодаделец (рекламодаделец (изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо).

Из документов, представленных в материалы дела, следует, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является индивидуальный предприниматель <...>.

Исследовав материалы дела, комиссия Кировского УФАС России приходит к выводу, что рекламодателем спорной рекламы, исходя из понятия, установленного статьей 3 Федерального закона «О рекламе», является индивидуальный предприниматель <...>, которая несет ответственность за нарушение требований п. 1 ч. 3 ст. 5, п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

Учитывая тот факт, что на момент принятия решения в материалах дела отсутствует документальное подтверждение устранения нарушения, Комиссия решила выдать индивидуальному предпринимателю < ... > предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства.

На основании ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Комиссия считает необходимым передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административном правонарушении в отношении индивидуального предпринимателя <...> (ИНН 432905052418, ОГРНИП 316435000061960).

Руководствуясь ст. 3, ст. 5, ст. 28, ст. 33, ст. 36, ст. 38 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия,

#### РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу следующего содержания: *«Лучшая цена. «Лидер» Норка от <...> Реклама»*, размещенную в газете «Сельская трибуна» № 89 (11604) от 21 ноября 2017 года на 4 странице, так как она противоречит п. 1 ч. 3 ст. 5, п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать индивидуальному предпринимателю <...> (ИНН 432905052418, ОГРНИП 316435000061960) предписание о прекращении нарушения п. 1 ч. 3 ст. 5, п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

3. Передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении индивидуального предпринимателя <...> (ИНН 432905052418, ОГРНИП 316435000061960).

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