

РЕШЕНИЕ

по делу № 06-06/98-2017

16 января 2018 года

город Омск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы России по Омской области (далее - Омское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель Комиссии – <...>, заместитель руководителя Омского УФАС России,

члены Комиссии: <...>,

рассмотрев дело № 06-06/98-2017 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения индивидуальным предпринимателем <...> (ИНН <...>, далее – ИП <...>) рекламы, содержащей признаки нарушения требований частей 7 и 11 статьи 5, частей 1 и 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе - ИП <...>,

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе 27.10.2017 Управлением Федеральной антимонопольной службы по Омской области был выявлен факт распространения на рекламной конструкции, установленной на крыльце здания № 7 по ул. Кирова в г. Омске (Супермаркет «Сибиряда») рекламы: «ЛОМБАРД ЛОМБАРДия Комиссионный магазин Без штрафов Высокая оценка Перерасчет на каждый день Частичное погашение Деньги под залог: - Золото - Бытовая электроника **от 0,2 %** в день Пн-Вс, с 10:00- 20:00 без обеда и выходных т.: 346-786».

Одновременно сотрудниками Омского УФАС России выявлен факт распространения на рекламной конструкции, установленной на крыше торгового павильона, расположенного на остановке общественного транспорта «Омский Дом Дружбы», рекламы: «ЛОМБАРДия Комиссионный магазин ВЫСОКАЯ ОЦЕНКА БЕЗ ШТРАФОВ ПРИНИМАЕМ ЗОЛОТО БЫТОВУЮ ТЕХНИКУ **ЗАЙМ** ДО 60 ДНЕЙ **от 0,2 %** в день ул. Кирова, 7, маг. Сибиряда 346-786».

В соответствии с [пунктом 1 статьи 3](#) Федерального 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.

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками – распространена наружным способом, в адрес неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания к ломбарду и к оказываемым услугам по выдаче займов.

В силу [части 1 статьи 2](#) Федерального закона от 19.07.2007 № 196-ФЗ «О ломбардах» ломбардом является юридическое лицо - специализированная коммерческая организация, основными видами деятельности которой являются предоставление краткосрочных займов гражданам и хранение вещей.

Согласно пункту 2 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Федеральный закон «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.

Ломбард как хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги, в силу [пункта 6 статьи 4](#) «О защите конкуренции» является финансовой организацией.

В силу статьи 54 Гражданского кодекса Российской Федерации наименование юридического лица, являющегося коммерческой организацией, должно содержать его фирменное наименование и указание на его организационно-правовую форму.

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 фиксации факта распространения рекламы информация, предусмотренная частью 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», отсутствовала.

Кроме того, в силу части 3 статьи 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.

В указанной рекламе содержалась информация только об одном условии договора займа - процентной ставке («от 0,2 %»).

На основании части 7 статьи 5 Федерального 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.

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, распространенной на рекламной конструкции, установленной на крыше торгового павильона, расположенного на остановке общественного транспорта «Омский Дом Дружбы», 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».

По определению (пункт 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

ИП <...> является рекламодателем, т.е. изготовителем или продавцом товара либо иным определившим объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицом (пункт 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

В силу части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5, частями 1 и 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

На запрос Омского УФАС России ИП <...> пояснил (вх. № 9765Э от 05.12.2017): «... о том, что на плакате необходимо размещать свои данные не были в курсе...». В качестве приложения к указанному письму в адрес Омского УФАС России ИП <...> были представлены фотоснимки, согласно которым рассматриваемая реклама демонтирована.

В письме от 29.12.2017 вх. № 10614Э ИП <...> дословно указал следующее: «... Для привлечения клиентов был размещен плакат, который был Вами зафиксирован на фото. Как позже выяснилось, в содержимом плакатов были нарушения, в связи с этим оно будет изменено. В свое оправдание могу добавить, что данный текст на плакате был таким образом напечатан для привлечения людей при обращении к нам они получали достоверную информацию о том, что комиссионный магазин «Ломбардия» занимается скупкой по более высокой цене, нежели залог».

Рассмотрев материалы дела, заслушав пояснения ИП <...>, Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу о нарушении ИП <...> требований частей 7 и 11 статьи 5, частей 1 и 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» при распространении наружной рекламы.

Учитывая, что нарушение законодательства о рекламе устранено в добровольном порядке, что подтверждается представленными ИП <...> фотоматериалами, Комиссией Омского УФАС России сделан вывод о нецелесообразности выдачи ИП <...> предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На основании изложенного, руководствуясь пунктом 2 части 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 рекламу: «ЛОМБАРД ЛОМБАРДИЯ Комиссионный магазин Без штрафов Высокая оценка Перерасчет на каждый день Частичное погашение Деньги под залог: - Золото - Бытовая электроника **от 0,2 %** в день Пн-Вс, с 10:00- 20:00 без обеда и выходных т.: 346-786» распространенную на рекламной конструкции, установленной на крыльце здания № 7 по ул. Кирова в г. Омске (Супермаркет «Сибиряда»), а также рекламу: «ЛОМБАРДИЯ Комиссионный магазин **ВЫСОКАЯ ОЦЕНКА БЕЗ ШТРАФОВ ПРИНИМАЕМ ЗОЛОТО БЫТОВУЮ ТЕХНИКУ ЗАЙМ ДО 60 ДНЕЙ от 0,2 %** в день ул. Кирова, 7, маг. Сибиряда 346-786», размещенную на рекламной конструкции, установленной на крыше торгового павильона на остановке общественного транспорта «Омский Дом Дружбы» 27.10.2017 ИП <...>, ненадлежащей, нарушающей требования частей 7 и 11 статьи 5, частей 1 и 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

2. Не выдавать ИП <...> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в связи с устранением нарушения в добровольном порядке.

3. Передать материалы дела должностному лицу Омского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 16 января 2018 года.

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

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии: <...>