

Общество с ограниченной
ответственностью «Фианит-Ломбард»
ул. Бр. Кашириных, д. 60 «А»,
2 этаж, помещение 18,
г. Челябинск, 454018

Индивидуальный предприниматель

<...>

РЕШЕНИЕ

14 ноября 2019 года г. Челябинск, пр. Ленина, 59

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

Председателя Комиссии: <...> – руководитель Челябинского

УФАС России;

членов Комиссии: <...> , начальника отдела

контроля за рекламой и

недобросовестной конкуренцией;

<...>, главного специалиста-эксперта

отдела антимонопольного контроля,

рассмотрев дело № 074/05/5-2070/2019, возбужденное в отношении индивидуального предпринимателя <...> (далее – ИП <...>)

по факту распространения рекламы комиссионного магазина «Победа» с признаками нарушения пункта 1 части 2, пункта 2 части 3, части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе»,

в присутствии представителя ООО «Фианит-Ломбард» <...> по доверенности б/н от 24.06.2019,

в отсутствие ИП <...> надлежащим образом извещенного о времени и месте рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области (далее - Челябинское УФАС России) поступило заявление ООО «Фианит-Ломбард» о ненадлежащей рекламе комиссионного магазина «Победа» со сведениями: «5-15 % на месяц», «0% на 5 дней 5000 рублей», «Победа. Мы лучше чем Ломбард»,

размещенной ИП <...> по адресу: г. Челябинск, пр. Победы, д. 392.

ООО «Фианит-Ломбард» просит принять меры по прекращению распространения ненадлежащей рекламы комиссионного магазина «Победа».

ИП <...> в письменных пояснениях вх. № 15790 от 31.10.2019 указал, что не осуществляет финансовую деятельность, не выдает займы и не оформляет залоговые билеты. Фактическим осуществляемым видом деятельности ИП <...> является торговля розничная бывшими в употреблении товарами путем заключения договоров комиссии с физическими лицами. По адресу комиссионного магазина в г. Челябинске по пр. Победы, д. 292 договоры на изготовление рекламной конструкции ИП <...> не заключались. Информацией о владельце рекламной конструкции он не располагает. На конструкции информация о ИП <...> не размещается. По мнению ИП <...>, фотоматериалы, представленные Заявителем, не являются доказательствами принадлежности изображенной на них рекламной конструкции ИП <...>. В настоящее время рекламная конструкция, указанная в заявлении ООО «Фианит-Ломбард», рядом с входом в комиссионный магазин по адресу: г. Челябинск, пр. Победы, д. 392, отсутствует, что подтверждается фотоматериалами.

Рассмотрев заявления и материалы, заслушав ООО «Фианит-Ломбард» Комиссия приходит к следующим выводам.

В городе Челябинске комиссионный магазин «Победа», в котором осуществляет свою деятельность ИП <...> расположен по адресу: пр. Победы, д. 392.

По состоянию на 16.09.2019 по адресу пр. Победы, д. 392 комиссионного магазина «Победа» на входной группе указанного магазина размещена конструкция со сведениями: «5-15 % на месяц», «Победа. Мы лучше чем Ломбард», что подтверждается заявлением ООО «Фианит-Ломбард» и представленными обществом фотоматериалами.

1. В рассматриваемой рекламе комиссионного магазина «Победа» присутствует словосочетание «Победа. Мы лучше чем Ломбард».

Статья 5 Федерального закона «О рекламе» входит в состав общих требований, которым должна соответствовать реклама любых товаров. Соответственно, приведенные в данной статье нормы применяются к рекламе, распространяемой любыми способами, с помощью любых средств.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В данной норме запрещается приведение в рекламе некорректного сравнения. При этом, необходимо заметить, что сравнение как таковое в рекламе не запрещается. Однако приводимое в рекламе сравнение должно соответствовать закону.

Сравнение предполагает такую подачу информации, в которой сопоставляются

два и более явления, исследуются их параметры, сходство или различие. Применительно к сравнению товаров это может осуществляться как путем прямого сопоставления конкретных характеристик, свойств, параметров изделий, так и уподобления одного изделия другому либо указанием на их различность. К некорректному сравнению должно относиться такое, которое противопоставляется корректному. В толковом словаре термин «корректный» определяется как «вежливый, тактичный, учтивый», а также «правильный, точный». Соответственно для целей определения понятия некорректного сравнения необходимо понимать неточное, неправильное сравнение. При этом приводимые в таком сравнении сведения являются в принципе достоверными, однако их компоновка или выбор создают определенную несовместимость. Так, некорректным может быть признано сравнение, которое основано на несопоставимых фактах, при котором создается общее вводящее в заблуждение впечатление (относительно самой возможности сравнения), при сравнении необъективных характеристик. (Письмо ФАС России от 30.09.2011 N АК/37027).

ИП <...> принимает товары на комиссию и реализует эти товары по договору розничной купли-продажи, что подтверждается договорами комиссии № 00-П392-0011577 от 26.06.2019, № 00-ЧГ81-0003875 от 25.06.2019, №00-0С-0004938 от 22.06.2019, № 00-ОР10-0007067 от 26.06.2019 (из материалов дела № 074/05/5-891/2019) и квитанциями на скупленный товар № 00-П392-0019824 от 25.10.2019, № 00-П392-0019825 от 25.10.2019, представленными ИП <...>.

Так, в пункте 1.1. договора указано, что Комиссионер обязуется по поручению Комитента за вознаграждение совершить от своего имени, но за счет Комитента сделку, направленную на реализацию нового или бывшего в употреблении имущества третьему лицу (Покупателю).

В соответствии со статьей 990 ГК РФ по договору комиссии одна сторона (комиссионер) обязуется по поручению другой стороны (комитента) за вознаграждение совершить одну или несколько сделок от своего имени, но за счет комитента.

Согласно Правил комиссионной торговли непродовольственными товарами, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 06.06.1998 № 569 (ред. от 04.10.2012) под комиссионером понимается организация независимо от организационно-правовой формы, а также индивидуальный предприниматель, принимающие товары на комиссию и реализующие эти товары по договору розничной купли-продажи.

В силу статьи 2 Федерального закона от 19.07.2007 № 196-ФЗ (ред. от 13.07.2015) «О ломбардах» ломбардом является юридическое лицо - специализированная коммерческая организация, основными видами деятельности которой являются предоставление краткосрочных займов гражданам и хранение вещей. Ломбарды вправе осуществлять профессиональную деятельность по предоставлению потребительских займов в порядке, установленном Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)». Ломбард вправе ежедневно с 8 до 20 часов по местному времени принимать в залог и на хранение движимые вещи (движимое имущество), принадлежащие заемщику или поклажедателю и предназначенные для личного потребления, за исключением вещей, изъятых из оборота, а также вещей, на оборот которых законодательством Российской Федерации установлены соответствующие ограничения. Ломбарду запрещается заниматься

какой-либо иной предпринимательской деятельностью, кроме предоставления краткосрочных займов гражданам, хранения вещей, а также оказания консультационных и информационных услуг. Ломбард не вправе пользоваться и распоряжаться заложенными и сданными на хранение вещами. Ломбард должен иметь полное и вправе иметь сокращенное фирменное наименование на русском языке. Ломбард вправе иметь также полное фирменное и (или) сокращенное фирменное наименование на языках народов Российской Федерации и (или) иностранных языках. Фирменное наименование ломбарда должно содержать слово «ломбард» и указание на его организационно-правовую форму.

Таким образом, природа услуг комиссионного магазина «Победа», в котором осуществляет деятельность ИП <...>, принимающий товары на комиссию и реализующий эти товары по договору розничной купли-продажи и природа услуг ломбардов различны.

В данном случае некорректным сравнением будет сопоставление услуг комиссионного магазина «Победа» и услуг ломбардов, в то время как их природа и качественные показатели различны и не могут сопоставляться.

С учетом изложенного, реклама комиссионного магазина «Победа», в которой присутствуют сведения: «Победа. Мы лучше чем ЛОМБАРД» нарушает пункт 1 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Согласно пункту 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе.

Присутствующее в рекламе слово «Ломбард» не соответствует действительности о природе услуг, предоставляемых ИП <...>, поскольку последний не осуществляет деятельность по предоставлению краткосрочных займов гражданам и хранению вещей в соответствии с Федеральным законом «О ломбардах», в связи с чем реклама нарушает пункт 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

3. В рекламе указаны сведения «0% на 5 дней 5000 рублей», «5-15% на месяц». При этом отсутствует информация о том, что обозначают указанные сведения и существенная информация о рекламируемой услуге.

В соответствии с частью 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.

При условии оказания ИП <...> услуг по приему товаров на комиссию он получает комиссионное вознаграждение.

В силу части 1 статьи 991 ГК РФ комитент обязан уплатить комиссионеру вознаграждение.

В Рекламе отсутствует существенная информация об оказываемой услуге, в данном случае услуге комиссии и её условиях, при указании только сведений «0% на 5 дней 5000 рублей», «5-15% на месяц», в связи с чем реклама нарушает часть 7

статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 6 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований пункта 1 части 2, пункта 2 части 3, части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодаделец.

Статьей 3 Федерального закона «О рекламе» установлено, что рекламодателем является изготовитель или продавец товара.

Рекламодателем рекламы следует признать ИП <...> как лицо, осуществляющее деятельность в комиссионном магазине «Победа» пр. Победы, д. 392, в интересах которого распространялась указанная реклама.

Так, согласно договору аренды нежилого помещения от 19.09.2017 (далее – договор) между ИП <...> и ИП <...> последний арендует нежилое помещение № 12 по адресу г. Челябинск, пр. Победы, д. 392 для комиссионной торговли.

В силу пункта 2.4. договора согласование и размещение наружной рекламы Арендатор производит самостоятельно.

Из акта приема-передачи от 14.10.2017 (приложение № 1 к договору аренды от 19.09.2019) не усматривается, что ИП <...> принял во владение и пользование помещение с уже размещенной наружной рекламой комиссионного магазина «Победа».

Таким образом, ИП <...> с 2017 года по настоящее время арендует помещение и осуществляет деятельность в комиссионном магазине «Победа» в городе Челябинске по адресу пр. Победы, д. 392. Документов, указывающих, что ИП <...> с 2017 года по настоящее время обращался к Арендодателю, в данном случае ИП <...> по вопросу демонтажа конструкции на фасаде помещения, принятого им в аренду, не представлено (запросы, претензии и т.п.).

При изложенных основаниях Комиссия не может прийти к выводу о том, что конструкция с рассматриваемой рекламой размещена не ИП <...>, а иным лицом.

Согласно пункту 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе при добровольном устранении лицом совершенного нарушения антимонопольный орган вправе не выдавать предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

ИП <...> представил фотоматериалы о том, что рекламная конструкция со сведениями: сведений «0% на 5 дней 5000 рублей», «5-15% на месяц», «Победа. Мы лучше чем Ломбард» по состоянию на 31.10.2019 по адресу: г. Челябинск, пр. Победы, д. 392, не размещается, в связи с чем оснований для выдачи предписания у Челябинского УФАС России не имеется.

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, размещенную ИП <...> в городе Челябинске по адресу пр. Победы, д. 392, в которой присутствуют сведения:

«Победа. Мы лучше чем ЛОМБАРД», содержащие некорректное сравнение услуг комиссионного магазина «Победа» и услуг ломбардов с нарушением пункта 1 части 2 статьи 5 и пункта 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе»;

«0% на 5 дней 5000 рублей», «5-15%, на месяц» и отсутствует существенная информация об оказываемой услуге, в данном случае услуге комиссии и её условиях, с нарушением части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не выдавать.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Челябинского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении в отношении ИП <...>

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

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии <...>

<...>