

Исх. №ГШ-08-5022 от 03.04.2018 г.

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе <...> – заместитель руководителя, рассмотрев материалы в отношении <...> по факту содержания некорректных, не соответствующих действительности сведений, и отсутствия части существенной информации о рекламируемой услуге и ее условиях на рекламных вывесках по адресу г. Казань, ул. Чуйкова, <...>,

УСТАНОВИЛ:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Управление, Татарстанское УФАС России) на рассмотрение поступило письмо Отделения – Национальный банк по Республике Татарстан Волго-Вятского главного управления Центрального банка Российской Федерации (вх.2162 от 12.02.2018 г.) по факту содержания некорректных, не соответствующих действительности сведений, и отсутствия части существенной информации о рекламируемой услуге и ее условиях на рекламных вывесках по адресу г. Казань, ул. Чуйкова, д. 39.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «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 рекламе «Мы лучше чем ломбард» некорректным образом сопоставляются услуги комиссионного магазина «Победа» и ломбардов, в то время как их природа и качественные показатели различны и не могут сравниваться.

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.

Расположенное в центре рекламного сообщения и выполненное более крупным шрифтом по сравнению с иной информацией слово «Ломбард» может создавать впечатления, что рекламируемая организация является ломбардом. Также наряду с указанной информацией должны содержаться данные об условиях вознаграждения, которое получает исполнитель услуги при приеме товара на комиссию. Реклама «Реальные цены! Продажа, обмен и покупка техники» не раскрывает на каких условиях оказываются эти услуги.

Основным видом деятельности индивидуального предпринимателя является розничная торговля бывшими в употреблении товарами (ювелирные изделия, часы, бытовая техника, автомобили и т.д.), т. е. деятельность комиссионных магазинов. Однако фактически происходит выдача денежных средств гражданам под залог движимого имущества в момент заключения договора комиссии. Комиссионный магазин должен принимать товар и сразу выставлять его на продажу, деньги отдаются продавцу после реализации товара (согласно пункту 33 Постановления Правительства РФ от 06.06.1998 г. № 569 «Об утверждении Правил комиссионной

торговли непродовольственными товарами»).

На запрос Татарстанского УФАС России (исх. РХ-02/3507 от 07.03.2018 г.) Исполнительный комитет муниципального образования г. Казани дал ответ, что владельцем данных рекламных вывесок в соответствии с паспортом на размещение средства наружной информации в виде объемных световых букв «Победа комиссионный магазин» от <...> являлся <...>. Действие вышеуказанного паспорта было прекращено на основании заявления от 28.12.2017 об аннулировании. По состоянию 13.02.2018 г. демонтаж данных рекламных вывесок произведен не был.

В пункте 1 статьи 3 Закона «О рекламе» дано понятие рекламы — это 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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона «О рекламе» объектом рекламирования является 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.

Учитывая правовой смысл и содержание приведенных понятий рекламы и объекта рекламирования, 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, а также об изготовителе (продавце) такого товара, то есть объекту рекламирования в целом.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодаделец – это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, в данном случае – <...>

Реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе признается ненадлежащей.

Из положения части 6 статьи 38 Закона «О рекламе» следует, что за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 2 статьи 5 и частью 7 статьи 5 Закона «О рекламе», ответственность несет рекламодаделец.

На основании [пункта 2 части 1 статьи 33](#), [частей 1, 2 статьи 36](#) Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с [пунктами 20, 21](#) Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу №08 - /2018 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Назначить дело №08 - /2018 к рассмотрению на 25 апреля 2018 года в 11 часов 00

минут по адресу: г. Казань, ул. Московская, д. 55, 2-й этаж, зал заседаний.

3. Признать лицом, участвующим в деле, в действиях которого содержатся признаки нарушения Федерального закона «О рекламе» <...>. Явка обязательна.

4. <...> представить в адрес Управления в срок до 13 апреля 2018 года письменные объяснения по вышеизложенным обстоятельствам.

Непредставление в установленный срок сведений по требованию антимонопольного органа, либо представление заведомо недостоверных сведений (информации) влечёт административную ответственность, предусмотренную частью 6 статьи 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

<...>, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна.

<...>

(должностное ли