

РЕШЕНИЕ

26.08.2011 г.

г. Кострома

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Костромской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

Заместитель председателя Комиссии — Ниденс В.А., заместитель руководителя управления — начальник отдела,

члены Комиссии: Дмитриева Т.А. - начальник отдела антимонопольного контроля хозяйствующих субъектов и рекламы; Колотыриной А.А. - главный государственный инспектор отдела антимонопольного контроля хозяйствующих субъектов и рекламы,

рассмотрев материалы дела №07-35/954 по признакам нарушения периодическим печатным изданием (далее — газета) «Город» ч. 1 ст. 28 Федерального закона от 13.06.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе) в присутствии представителя газеты «Город» Зиняева И.Н. (доверенность от 16.08.2011 г.),

УСТАНОВИЛА:

В номере №5 от 13.11.2010 г. на стр. №4 периодического рекламно-информационного печатного издания «Город» (далее — газета «Город») размещен рекламный модуль под названием «Двери деревянные» с содержанием информации о предоставлении кредита.

В соответствии со ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее Закон о рекламе), реклама – 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.

Вследствие чего рассматриваемая информация является рекламой в силу понятия «реклама», данного в статье 3 Закона о рекламе.

Законом о рекламе установлены специальные требования к рекламе финансовых услуг.

В соответствии с ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица — наименование, для индивидуального предпринимателя — фамилию, имя, отчество).

В рассматриваемом случае, в части указания информации о предоставлении финансовой услуги - «кредит», отсутствует информация о наименовании или имени лица, оказывающего эти услуги, соответственно размещение данного рекламного модуля происходило с признаками нарушения требований установленных ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе.

В ходе рассмотрения дела представитель газеты «Город» Зиняев И.Н. пояснил, что: газета «Город» выходила в печать меньше месяца; опыта работы не было; намерения ввести в заблуждение читателей либо выпустить недобросовестную рекламу не было; нарушение требований, установленных ч. 1

ст. 28 Закона о рекламе устранено.

Рассмотрев материалы дела, объяснения Комиссия пришла к следующим выводам.

Материалы дела свидетельствуют, что в рассматриваемом рекламном сообщении отсутствовали сведения о каком именно кредите идет речь: товарном, коммерческом (отсрочка, рассрочка платежа и т.д.) или банковском.

В силу ст.5 Федерального закона от 02.12.1990 №395-1 «О банках и банковской деятельности» понятие кредит относится к банковским операциям, осуществление которых в силу ст. 13 данного Федерального закона производится на основании лицензии, выданной Центральным банком Российской Федерации.

Поскольку в рассматриваемой рекламе содержится указание на возможность приобретения рекламируемого товара «в кредит», то такое указание воспринимается как предложение в получении именно банковской услуги. В данном случае в тексте данной рекламы отсутствуют сведения для однозначного вывода о том, что кредит предоставляется рекламодателем в форме отсрочки платежа, а не банком. Следовательно, спорная реклама должна соответствовать требованиям ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе и содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги.

Отсутствие в тексте данной рекламы указанных существенных сведений искажает смысл информации, а включение в нее словосочетания "в кредит" не дает потребителям рекламы соответствующего действительности представления об условиях приобретения товара (выполнения работ, оказания услуг); отсутствие сведений о форме предоставления кредита не позволяет потребителям обоснованно, с учетом своих возможностей, принять решение о необходимости приобретения товара (выполнения работ, оказания услуг) на предложенных условиях оплаты либо об отказе от этого, соответственно, вводит потенциальных клиентов рекламодателя в заблуждение.

С учетом изложенного, рассматриваемая реклама не отвечает требованиям ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе.

Реклама, не соответствующая требованиям законодательства о рекламе, признается ненадлежащей (ст. 3 Закона о рекламе).

Таким образом, рекламораспространителем — газетой «Город» нарушено законодательство о рекламе, а именно ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе, ответственность за нарушение которой предусмотрена ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 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 под названием «Двери деревянные», размещенную в периодическом печатном издании «Город» №5 от 13.11.10 г. на стр. №4, поскольку нарушены требования ч. 1 ст.28 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдавать, в связи с устранением нарушения.

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

Российской Федерации.

Заместитель председателя Комиссии

В.А. Ниденс

Члены Комиссии

Т.А. Дмитриева

А.А. Колотырина