

РЕШЕНИЕ № 30-ФАС52-07/11

08 февраля 2011 года

г.Нижний Новгород

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Смирнов С.В.	-	председатель Комиссии, заместитель руководителя управления;
Михайлова Н.В.	-	член Комиссии, главный специалист-эксперт отдела контроля финансовых рынков, рекламы и недобросовестной конкуренции,
Швецова О.Ю.	-	член Комиссии, начальник отдела контроля финансовых рынков, рекламы и недобросовестной конкуренции.

рассмотрев дело № 30-ФАС52-07/11, возбужденное в отношении индивидуального предпринимателя Дворянкин) по признакам нарушения части 1 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе», в присутствии Дворянкин М.А.,

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления контроля за соблюдением требований рекламного законодательства специалистами Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области установлено, что в газете «Просто Свежая Газета» № 37 (257) 22 сентября 2010 года распространялось следующее рекламное сообщение: *«Московские двери и окна...Кредит, доставка, установка. Новая коллекция входных и межкомнатных дверей...»*, содержащее признаки нарушения части 1 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе».

В рекламе отсутствуют сведения о финансовой организации, которая предоставит кредит.

Рекламодателем является ИП Дворянкин М.А.

В связи с вышеизложенным, Нижегородское УФАС России 24 января 2011 года вынесло Определение № 30-ФАС52-07/11 о возбуждении дела по признакам нарушения части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» в отношении ИП Дворянкин М.А.

В отзыве от 16.12.2010 года (вх.№ 8206) ИП Дворянкин М.А. вину в совершенном правонарушении признал.

Заслушав доводы ответчика, исследовав имеющиеся в деле доказательства, комиссия приходит к следующим выводам.

Комиссия Нижегородского УФАС России установила, что в газете «Просто Свежая Газета» № 37 (257) 22 сентября 2010 года распространялось следующее сообщение: *«Московские двери и окна...Кредит, доставка, установка. Новая коллекция входных и межкомнатных дверей...»*.

Пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» определено, что 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.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара. Пунктом 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» определено, что товар это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Указанное сообщение является рекламой, так как ориентировано на неопределенный круг лиц и направлено на мотивацию потребителя рекламы к тому, чтобы воспользоваться предложенной услугой, в том числе и получением кредита. Объектом рекламирования является реализуемый ИП Дворянкиным М.А. товар – двери и пластиковые окна и услуги по их установке.

Правовое регулирование обязательств по кредиту осуществляется нормами Гражданского кодекса Российской Федерации. Главой 42 ГК РФ установлено несколько видов кредитования: банковский, товарный и коммерческий.

Из части 1 статьи 819 ГК РФ следует, что под кредитом понимаются денежные средства, предоставленные заемщику банком или иной кредитной организацией (кредитором) по кредитному договору в размере и на условиях, предусмотренных договором.

Для осуществления деятельности по выдаче кредитов, предусмотренных статьей 819 ГК РФ, необходимо наличие у юридического лица лицензии Банка России на осуществление банковских операций.

Согласно статье 822 ГК РФ товарный кредит предусматривает обязанность одной стороны предоставить другой стороне вещи, определенные родовыми признаками.

В силу статьи 823 ГК РФ договорами, исполнение которых связано с передачей в собственность другой стороне денежных сумм или других вещей, определяемых родовыми признаками, может предусматриваться предоставление кредита, в том числе в виде аванса, предварительной оплаты, отсрочки и рассрочки оплаты товаров, работ и услуг (коммерческий кредит).

Предоставление данного кредита неразрывно связано с тем договором, условием которого является. Коммерческим кредитом может считаться всякое несоответствие во времени встречных обязанностей по заключенному договору, когда товары поставляются (работы выполняются, услуги оказываются) ранее их оплаты, либо платеж производится ранее передачи товаров (выполнения работ, оказания услуг).

При этом товарный и коммерческий кредиты могут предоставляться и не финансовыми организациями.

Каждый из предусмотренных ГК РФ видов кредитов имеет свои особенности при заключении договоров и их исполнении, которые могут влиять на оценку потребителей своих возможностей по фактическому приобретению товаров и услуг.

Частью 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» установлено, что 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).

Из рекламного сообщения следует, что клиент может приобрести у ИП Дворянкин М.А. товары и заказать услуги в кредит. Предоставление кредита является финансовой услугой, в связи с чем, должна быть указана финансовая организация, оказывающая данную финансовую услугу. В рекламе отсутствуют сведения о лице, оказывающем финансовую услугу.

В ходе рассмотрения дела ИП Дворянкин М.А., пояснил, что кредит предоставляется ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк»

на основании договора от 16.09.2010 года № АП-ТЦ-992/2.

Комиссией Нижегородского УФАС России установлено, что в рекламе отсутствуют сведения о лице, в данном случае об ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк», которое осуществляет предоставление кредита.

Частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» установлено, что 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.

Отсутствие в тексте рекламы сведений о лице, предоставляющем финансовую услугу, искажает смысл информации и вводит потенциальных потребителей в заблуждение.

Таким образом, рекламное сообщение противоречит требованиям части 7 статьи 5, части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» установлено, что ответственность за нарушение требований части 7 статьи 5, части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» несет рекламоделец.

Пунктом 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» определено, что рекламоделом является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рассматриваемое рекламное сообщение размещено в газете «Просто Свежая Газета» № 37 (257) 22 сентября 2010 года на основании договора от 25.01.2010 года № 100, заключенного ИП Дворянским М.А. с ИП Добренко С.В., следовательно, ИП Дворянским М.А. является рекламоделом.

В ходе рассмотрения дела ИП Дворянским М.А. признал вину в совершенном правонарушении.

Таким образом, Комиссия Нижегородского УФАС России полагает, что действия ИП Дворянского М.А. по размещению рекламного сообщения, нарушающего рекламное законодательство, противоречат требованиям части 7 статьи 5, части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», и в соответствии с пунктами 37 – 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17 августа 2006 года № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, распространенную индивидуальным предпринимателем Дворянским М.А. в газете «Просто Свежая Газета» № 37 (257) 22 сентября 2010 года, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ИП Дворянскому М.А. предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 09 февраля 2011 года.

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

прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

<...>

1. Индивидуальному предпринимателю Дворянскому М.А. в срок до 21 февраля 2011 года прекратить нарушение части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», а именно: прекратить распространение рекламы без указания сведений о лице, осуществляющем предоставление кредита.

2. ИП Дворянскому М.А. представить в Нижегородское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания 22 февраля 2011 года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Нижегородское УФАС России вправе, в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати пяти тысяч рублей; на юридических лиц – от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

<...>

1. Индивидуальному предпринимателю Дворянскому М.А. в срок до 21 февраля 2011 года прекратить нарушение части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», а именно: прекратить распространение рекламы без указания сведений о лице, осуществляющем предоставление кредита.

2. ИП Дворянскому М.А. представить в Нижегородское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания 22 февраля 2011 года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Нижегородское УФАС России вправе, в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати пяти тысяч рублей; на юридических лиц – от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.