

РЕШЕНИЕ

20 сентября 2011 года

г. Йошкар-Ола

Резолютивная часть решения объявлена 19 сентября 2011 г.

Решение изготовлено в полном объеме 20 сентября 2011 г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Р е с п у
М а р и й Э л п о р а с с м о т р е н и ю
законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии - заместитель руководителя - начальник отдела
Салимзянов Б.И.;

член Комиссии – специалист 1 разряда отдела аналитической работы и контроля
хозяйствующих субъектов К;

член Комиссии — специалист-эксперт отдела аналитической работы и контроля
хозяйствующих субъектов Б;

рассмотрев дело № 03-18/73 в отношении ИП Р (зарегистрированная по адресу:
xxxx) по факту нарушения ч.7 ст. 5, ч. 1 ст. 28, ч.3 ст. 28 Федерального закона от 13
марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), выразившегося в
размещении в газете «Деловой акцент» № 16 (158) от 02 мая 2011 года (далее -
Газета) рекламы следующего содержания:

«компания **«ОКНА XXI века»**

Немецкие пластиковые окна

Фаворит

По ценам завода изготовителя!!!

Пластиковые и алюминиевые лоджии!!!

Оторви окно со скидкой от 25до 30%

Рассрочка до 12 месяцев кредит до 2 лет

ул. Кремлевская, 26 (напротив клуба «Stone») т. 29-02-02, 42-02-42».

в отсутствии лиц, участвующих в деле, надлежащим образом извещенных о месте
и времени рассмотрения дела № 03-18/73,

УСТАНОВИЛА:

В ходе проведения 17 мая 2011 года мониторинга рекламы, размещенной в
рекламно-информационной газете, специалистами Марийского УФАС России
была выявлена реклама, содержащая признаки нарушения Закона о рекламе.

Так на 1 странице Газеты размещена рекламная информация следующего
содержания:

«компания **«ОКНА XXI века»**

Немецкие пластиковые окна

Фаворит

По ценам завода изготовителя!!!

Пластиковые и алюминиевые лоджии!!!

Оторви окно со скидкой от 25до 30%

Рассрочка до 12 месяцев кредит до 2 лет

ул. Кремлевская, 26 (напротив клуба «Stone») т. 29-02-02, 42-02-42».

Результаты мониторинга зафиксированы актом по результатам проведения
мониторинга от 17 мая 2011 года.

Антимонопольным органом установлено и подтверждается материалами дела, что
указанная рекламная информация размещалась в Газете на основании договора,

заключенного между ИП Г. и ИП Р. № 041 от 01 января 2010 года.

22 августа 2011 года заместителем руководителя - начальником отдела Марийского УФАС России вынесено определение о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства о рекламе № 03-18/73.

Рассмотрев материалы дела, изучив содержание рекламы, представленные документы и объяснения, Комиссия установила следующее.

1. Из материалов дела следует, что Индивидуальный предприниматель Р зарегистрирована в Едином государственном реестре индивидуальных предпринимателей 20 июня 2006 году, что подтверждается свидетельством о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе реклама – информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому 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 объект рекламирования - 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.

Информация, размещенная в Газете является рекламой:

- распространяется посредством размещения в средствах массовой информации – в рекламно-информационной газете;
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (к ИП Р и осуществляемой ИП Р деятельности);
- направлена на формирование и поддержание интереса к объекту рекламирования и его продвижения на рынке;
- адресована неопределенному кругу лиц. Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

2. Реклама ИП Р не содержит наименование лица оказывающего финансовую услугу.

В результате мониторинга рекламы было установлено, что ИП Р оказывает услуги по установке немецких пластиковых окон, пластиковых и алюминиевых лоджий в кредит.

Кредиты предоставляются потребителям в торговой точке по адресу: г. Йошкар-Ола, ул. Кремлевская, д. 26 (напротив клуба «Stone») банком – ОАО «Русфинансбанк» на основании соглашения № 04.04.09-ИШК от 21.04.2009 г., заключенное между ИП Р и ОАО «Русфинансбанк».

Согласно ч. 4 ст. 3 Закона о рекламе ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации. В соответствии с ч. 11 ст. 5 Закона о рекламе при производстве, распространении и размещении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации.

В соответствии с частью 1 статьи 28 Закона о рекламе реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя

лица, оказывающего эти услуги.

По смыслу статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «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.

В соответствии с ч. 1 ст. 819 Гражданского Кодекса Российской Федерации, по кредитному договору банк или иная кредитная организация (кредитор) обязуются предоставить денежные средства (кредит) заемщику в размере и на условиях, предусмотренных договором, а заемщик обязуется возвратить полученную денежную сумму и уплатить проценты на нее.

Соответственно, услуги по предоставлению кредитов могут осуществлять только банки или кредитные организации.

3. По смыслу ч. 7 ст.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.

В соответствии ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита, пользованием им и погашением кредита, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее.

Комиссия Марийского УФАС России выявила, что в размещенной рекламе содержится информация о предоставлении ИП Р товаров в кредит.

В соответствии с соглашением № 04.04.09-ИШК от 21.04.2009 г., рекламируемая финансовая услуга содержит следующие условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее: валютой кредита является российский рубль, сумма кредита, тип кредита, срок погашения кредита, минимальный первоначальный взнос.

Комиссия Марийского УФАС России установила, что распространяемая ИП Р реклама финансовых услуг содержит только одно существенное условие – срок предоставления кредита. Иные условия оказания соответствующей финансовой услуги (сумма кредита, тип кредита, минимальный первоначальный взнос) в рекламе не указаны.

Тем самым, в спорной рекламе отсутствует информация, обеспечивающая возможность правильного выбора услуг, а именно: определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее. Отсутствие в рекламе какой либо существенной части информации о финансовой услуге приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой услугой.

Таким образом, реклама ИП Р размещенная ИП Г., нарушает требования ч. 7 ст. 5, ч. 1 ст. 28, ч.3 ст. 28 Закона о рекламе и является ненадлежащей.

В соответствии с ч. 6, 7, 8 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение ч.7 ст. 5, ч. 1 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе несет рекламодатель и рекламопроизводитель в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

Согласно п.п. 5, 6, 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламодатель – это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламораспространитель – лицо, осуществляющее

распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Из договора на размещение рекламного материала № 041 от 01 января 2011 года, заключенного между ИП Р (Заказчиком) и ИП Г. (Исполнителем), следует, что Исполнитель обязуется размещать рекламный материал Заказчика в еженедельной бесплатной рекламно-информационной газете «Деловой акцент», а Заказчик обязуется оплатить Исполнителю услуги по размещению рекламного материала. Исполнитель обязуется разместить в выпуске Газеты рекламную информацию Заказчика, форма и содержание которого соответствует Заказу на размещение рекламы. Исполнитель может корректировать текст рекламного объявления без искажения его смысла, в целях улучшения восприятия информации, предварительно оговорив изменения в тексте с Заказчиком. После утверждения Заказчиком оригинал-макета объявления, ответственность за информацию, содержащуюся в оригинал-макете, несет Заказчик.

Антимонопольным органом также установлено, что в разработанном дизайнером редакции газеты «Деловой акцент» К и согласованном с ИП Р макете рекламного модуля, реклама финансовых услуг сопровождается наименованием юридического лица оказывающего финансовые услуги.

Из объяснений ИП Р., следует что согласованный с ней макет рекламного модуля содержал наименование юридического лица осуществляющего данные услуги. Оценив вышеизложенные обстоятельства, антимонопольный орган приходит к выводу, что при размещении в Газете рекламной информации, ИП Г.В. исключила из рекламного объявления наименование юридического лица оказывающего финансовые услуги.

Следовательно, нарушение требований ч.7 ст. 5, ч.1 ст. 28 Закона о рекламе произошло по вине рекламораспространителя, рекламопроизводителя ИП Г. Договор № 041 от 01 января 2010 года на размещение рекламного материала ИП Р, согласованный макет рекламного модуля, акт № 000835 от 24 января 2011 года; акт № 000033 от 28 февраля 2011 года, акт № 000180 от 18 апреля 2011 года, платежное поручение № 22 от 28.02.2011 г., платежное поручение № 41 от 05.04.2011 г., платежное поручение № 59 от 19.04.2011 г., платежное поручение № 81 от 17.05.2011 г. подтверждают факт того, что ИП Р является источником рекламной информации для производства, размещения и последующего распространения рекламы. Информация, содержащая только одно существенное условие о предоставлении, была предоставлена ИП Р. Следовательно, ИП Р является рекламодателем рассматриваемой рекламной информации.

Из вышеизложенного следует, что ИП Р является рекламодателем рассматриваемой рекламной информации и несет ответственность за нарушение ч. 7 ст. 5, ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе.

Антимонопольным органом установлено, что ИП Р. нарушение ч.7 ст. 5, ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе не было прекращено.

Согласно п. 1 ч. 2 ст. 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламоателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь ч. 2 п. 1 ст. 33, ч. 1 ст. 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, размещенную ИП Р в рекламно-информационной газете «Деловой акцент» № 16 (158) от 02 мая 2011 года рекламу, следующего содержания:

«компания **«ОКНА XXI века»**

Немецкие пластиковые окна

Фаворит

По ценам завода изготовителя!!!

Пластиковые и алюминиевые лоджии!!!

Оторви окно со скидкой от 25 до 30%

Рассрочка до 12 месяцев кредит до 2 лет

ул. Кремлевская, 26(напротив клуба «Stone») т. 29-02-02, 42-02-42».

ввиду нарушения требований ч. 7 ст. 5, ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе.

2. Выдать ИП Р. предписание о прекращении нарушения ч.7 ст.5, ч.3 ст. 28 Закона о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Марийского УФАС России для возбуждения дел об административном правонарушении в отношении ИП Р по факту нарушения ч. 7 ст. 5, ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе, ответственность за которое предусмотрена с ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Резолютивная часть решения объявлена 19 сентября 2011 года. Полный текст решения изготовлен 20 сентября 2011 года, что в соответствии с пунктом 43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, считается датой принятия решения.

Председатель Комиссии

Члены комиссии: