

## РЕШЕНИЕ

по делу №04-04-02/05-11

12 октября 2011 года

город Кызыл

*Резолютивная часть решения объявлена 28 сентября 2011 года*

*Решение изготовлено в полном объеме 12 октября 2011 года*

Комиссия Тывинского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председательствующего Комиссии: Хаджиева Ф.А. – заместителя руководителя – начальника отдела антимонопольного контроля и рекламы,

Членов Комиссии:

Сорвачевой В.А. – главного государственного инспектора отдела антимонопольного контроля и рекламы;

Хитаришвили А.Т. – ведущего специалиста – эксперта отдела антимонопольного контроля и рекламы;

Ваньковой Е.С. – старшего специалиста 2 разряда отдела антимонопольного контроля и рекламы,

рассмотрев дело №04-04-02/05-11 по признакам нарушения Индивидуальным предпринимателем – "..." в отсутствие надлежащим образом извещенной о времени и месте рассмотрения настоящего дела ИП "..."

### УСТАНОВИЛА:

На территории города Кызыла распространяется наружная реклама с использованием рекламной конструкции, расположенная на газоне в центре пересечения дорог с круговым движением в районе остановки «Восток», с изображением девушки в меховом пальто и текста «ИМПЕРИЯ МЕХА РАССРОЧКА ОФОРМЛЕНИЕ КРЕДИТА НА МЕСТЕ ПОДАРОЧНЫЕ СЕРТИФИКАТЫ» (далее – рассматриваемая реклама). На черном фоне рекламы текст с наименованием банковских организаций предоставляющих кредит указан мелким шрифтом, не читаемым на расстоянии 1 метра, что может ввести в заблуждение потребителей рекламы в части того, что кредит на месте предоставляется продавцом товара.

В соответствии с частью 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ

«О рекламе» (далее – Закон 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 с частью 1 статьи 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).

Таким образом, в рассматриваемой рекламе присутствуют признаки нарушения требований части 7 статьи 5 и части 1 статьи 28 Закона о рекламе.

Определением Тывинского УФАС России от 24.04.2011 г. в отношении ИП "... " возбуждено дело № 04-04-02/05-11 по факту распространения на территории города Кызыла наружной рекламы с нарушениями требований части 7 статьи 5 и части 1 статьи 28 Закона о рекламе, размещенной по ул. Дружбы (восточная часть города, островок безопасности перед поворотом на ул. Кузнецова), с использованием рекламной конструкции следующего содержания: «ИМПЕРИЯ МЕХА РАССРОЧКА ОФОРМЛЕНИЕ КРЕДИТА НА МЕСТЕ ПОДАРОЧНЫЕ СЕРТИФИКАТЫ» (далее – рассматриваемая реклама). Рассмотрение дела назначено на 06.05.2011 г.

30.05.2011 г. Комиссия Тывинского УФАС России изучив материалы дела, в том числе уведомления ООО «Кызылский Курьер» о получении определения о возбуждении дела № 04-04-02/05-11 от 27.04.2011 г. и об отложении рассмотрения дела № 04-04-02/05-11 от 16.05.2011 г. продавцами "... " и "... ", в которых отсутствуют сведения о полномочиях указанных лиц на получение корреспонденции ИП "... " определением от 30.05.2011 г. рассмотрение дела приостановила до установления места нахождения ИП "... "

Согласно справке ОФМС по Республике Тыва от 22.06.2011 г. "... " зарегистрирована по адресу: г. Кызыл, ул. Титова, д. 33, кв. 78.

Таким образом, в связи с установлением места жительства ИП "... ", в соответствии с пятым абзацем пункта 35 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе настоящее дело определением от 07.09.2011 г. возобновлено и рассмотрение дела № 04-04-02/05-11 назначено на 28.09.2011 г. в 16 ч. 00 м. по адресу: г. Кызыл, ул. Красноармейская, 100, каб. 19 (3 этаж)

До рассмотрения дела, письмо Тывинского УФАС России, содержащее определение о возобновлении производства по делу №04-04-02/05-11 направленное по адресу места регистрации возвращено органом связи с пометкой «не проживает» - «адресат переехал за Саяны», направленное по адресу места осуществления деятельности возвращено по причине истечения срока хранения, т.е адресат не явился за получением корреспонденции, что считается надлежащим извещением.

28.09.2011 г. дело рассмотрено в отсутствие ИП "... "

Комиссия, изучив материалы дела, считает достаточным для признания ИП "... "

рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы на основании разрешения, выданного Департаментом земельных и имущественных отношений Мэрии г.Кызыла о выдаче рекламной конструкции для размещения рассматриваемой рекламы, а также тот факт, что в рекламируемом магазине предпринимательскую деятельность осуществляет ИП "..."

В соответствии с [пунктом 1 статьи 5](#) Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В ходе рассмотрения дела Комиссия установила, что в нижней части рекламы, рекламодателем которой является ИП "...", имеется текст с наименованием банковских организаций предоставляющих кредит, который указан шрифтом, цветовая гамма которого идентична в части цветовой гамме фона, на котором расположена надпись. Кроме того, размер шрифта, которым обозначена информация о кредитной организации, и шрифт основного текста рекламы значительно отличаются по размеру. Перечисленные параметры делают информацию об организации, предоставляющей кредит, нечитаемой.

Таким образом, формально присутствующая в рекламе и отраженная мелким, нечитаемым шрифтом информация не позволяет потребителю воспринимать ее при ознакомлении с текстом рекламы, соответственно, не может восприниматься как имеющаяся.

Реклама, размещенная с помощью рекламной конструкции около проезжей части, воспринимается потребителем ограниченное количество времени и предназначена для импульсивного восприятия информации потребителями, что предполагает необходимость наличия возможности относительно быстрого и четкого прочтения предлагаемой информации, а также ее понимания и уяснения без совершения действий, направленных на специальное, длительное сосредоточение внимания.

В материалах дела имеется фотоснимок спорной рекламы, из которого видно, что информация о наименовании кредитных организаций напечатана нечитаемым шрифтом, значительно отличающимся по своему размеру от остальной рекламной информации. Использование рекламодателем такого визуального приема не позволяет потребителю при ознакомлении с текстом рекламы воспринять организационно-правовую форму лица, оказывающего услуги, может ввести потребителя в заблуждение относительно исполнителя банковских услуг.

Указанный способ подачи информации (использование значительно различающихся шрифтов) в сочетании с особенностями размещения рекламы (баннер, расположен в центре пересечения дорог с круговым движением, что исключает возможность приблизиться к нему, не на уровне глаз потребителей) и ее характера (наружная реклама) не позволяет потребителю понять и уяснить с равной степенью концентрации внимания всю совокупность изложенной в рекламе информации. При таких обстоятельствах указанные мелким шрифтом наименования кредитных организаций не могут считаться присутствующим в спорной рекламе.

Из содержания [Закона](#) о рекламе следует, что реклама должна быть достоверной, доступной, формировать у потребителя правильное впечатление о рекламируемых

услугах и исполнителе услуг. Эти цели достигаются, в том числе выбором средств и способов внешнего воспроизведения информации.

Отраженная в рекламе информация должна быть доступна для любого потенциального потребителя, поскольку согласно [статье 3](#) Закона о рекламе реклама имеет своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования неопределенного круга лиц.

Оценив имеющиеся в деле доказательства Комиссия приходит к выводу, что формальное наличие в рекламе наименования кредитной организации, исполненное шрифтом, не позволяющим обеспечить беспрепятственное ознакомление с текстом, а также размещение указанного текста на рекламной конструкции, которая, исходя из технических особенностей размещения, не обеспечивает возможность восприятия данной информации, свидетельствует о нарушении ИП "..." [части 1 статьи 28](#) и части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Руководствуясь частью 10 статьи 14, статьёй 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ "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:

- Признать ненадлежащей наружную рекламу ИП "...", размещенной на стационарной конструкции на газоне в центре пересечения дорог с круговым движением в районе остановки «Восток» г. Кызыла, с изображением девушки в меховом пальто и текста «ИМПЕРИЯ МЕХА РАССРОЧКА ОФОРМЛЕНИЕ КРЕДИТА НА МЕСТЕ ПОДАРОЧНЫЕ СЕРТИФИКАТЫ», поскольку в ней нарушены части 7 статьи 5 и части 1 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе».
- В связи с устранением нарушением ненадлежащей рекламы предписание ИП "... " не выдавать.
- Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Тывинского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьёй 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ИП "... "

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

Председатель Комиссии

Ф.А. Хаджиев

Члены Комиссии

В.А. Сорвачева

А.Т. Хитпришвили

А.М. Оюн

Е.С.Ванькова