

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ

### о возбуждении дела № 012/05/28-552/2021 по признакам нарушения законодательства о рекламе

«18» июня 2021 года  
Йошкар-Ола

г.

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, заместитель руководителя – начальник отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов Марийского УФАС России, рассмотрев материалы о размещении рекламы товаров, услуг ООО «Титан»,

#### **УСТАНОВИЛА:**

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) был проведен мониторинг наружной рекламы, в результате которого установлен факт размещения рекламы товаров, услуг ООО «Титан» по адресу: Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, ул. Петрова, д. 27Б,

а также по адресу: г. Йошкар-Ола, ул. Шевцовой, д. 7:

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе реклама - 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.

Так, согласно статье 3 Закона о рекламе под рекламой понимается 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. Объектом рекламирования является товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара. Независимо от формы

или используемого средства распространения реклама должна быть распознаваема без специальных знаний или без применения технических средств непосредственно в момент ее представления именно как рекламы. Тем самым признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, формировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя.

В пункте 2 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» установлено, что при анализе информации на предмет наличия в ней признаков рекламы необходимо учитывать, что размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в названных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре.

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 (письмо ФАС России от 05 апреля 2007 года исх. № АЦ/4624).

Спорная информация по своему содержанию и целевой направленности является рекламой, так как распространена при помощи рекламных листовок, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – товарам магазина «Титан», формированию или поддержанию интереса к ним и их продвижению на рынке.

В информации присутствует выражение «Лучшие товары недели». По анализу статьи 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной.

При этом недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами (пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе).

Пунктом 29 Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» установлено, что 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.

В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например, путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

При употреблении вышеуказанного словосочетания в целях недопущения ложного впечатления потребителей об услугах иных хозяйствующих субъектов, оказывающих аналогичные услуги необходимо указывать в связи с чем сделан данный вывод.

В рассматриваемой рекламе присутствует словосочетание «лучшие товары недели», однако отсутствует указание на конкретный критерий, с помощью которого указанная в рекламе информация может быть подтверждена или опровергнута объективными данными и по которому возможно осуществить сравнение.

Таким образом, рассматриваемая рекламная информация содержит признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Кроме того, в рассматриваемой рекламе содержится информация о предоставлении денег под залог бытовой техники и электроники.

В соответствии с [пунктом 2 части 3 статьи 5](#) Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения: о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

Частью 13 статьи 28 Закона о рекламе установлено, что реклама услуг по предоставлению потребительских займов лицами, не осуществляющими профессиональную деятельность по предоставлению потребительских займов в соответствии с Федеральным [законом](#) «О потребительском кредите (займе)», не допускается.

В соответствии со [статьей 4](#) Федерального закона «О потребительском кредите (займе)» профессиональная деятельность по предоставлению потребительских займов осуществляется кредитными организациями, а также некредитными финансовыми организациями в случаях, определенных федеральными законами об их деятельности.

При этом, стоит отметить, что в силу положений Гражданского [кодекса](#) Российской Федерации (в частности, [статьи 807, 819](#)) и Федерального [закона](#) «О потребительском кредите (займе)» услуги по предоставлению потребительских займов не являются услугами по предоставлению потребительских кредитов и наоборот. При этом кредитором по кредитному договору может выступать только банк или иная кредитная организация, а заимодавцем по договору займа - иные лица.

Согласно выписке из ЕГРЮЛ, основным видом деятельности ООО «Титан» (ИНН 7728470332, ОГРН 1197746316569) является 47.79 «Торговля розничная бывшими в употреблении товарами в магазинах».

Следовательно, является ненадлежащей реклама услуг по предоставлению займов лицами, не осуществляющими профессиональную деятельность по предоставлению потребительских займов.

Пунктами 5, 6, 7 статьи 3 Закона о рекламе предусмотрены понятия рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя.

Рекламодатель - 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.

Таким образом, рекламодателем рассматриваемой рекламной информации является ООО «Титан».

В силу части 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение пункта 1 части 3 статьи 5, [пункта 2 части 3 статьи 5](#), [части 13 статьи 28](#) Закона о рекламе несет рекламодатель.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктом 20 Правил рассмотрения антимонопольными органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922 «Об утверждении Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе»,

## ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Возбудить производство по делу № 012/05/28-552/2021 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Назначить дело № 012/05/28-552/2021 к рассмотрению на **12 июля 2021 в 11 часов 00 минут (по Московскому времени)** в помещении Марийского УФАС России, по адресу: г. Йошкар-Ола, ул. Волкова, д. 164.

3. Признать лицом, в действиях которого содержатся признаки нарушения:

- ООО «Титан» (ИНН 7728470332, ОГРН 1197746316569; юридический адрес: 117342, г. Москва, ул. Бутлерова, д. 17, э. 3, ком. 95, оф. А 1л.).

- 4. Явка лица, участвующего в деле (либо его представителя с надлежащим образом оформленной доверенностью), обязательна.

5. ООО «Титан» **в срок до 09 июля 2021 года** представить в Марийское УФАС России следующие документы и сведения:

- письменные пояснения по обстоятельствам, изложенным в данном определении;

- кто является рекламодателем, рекламораспространителем, рекламопроизводителем рассматриваемой рекламы в соответствии со статьей 3 Закона о рекламе;

- кем разрабатывался макет рекламы?

- иные сведения и документы, имеющие отношение к рассматриваемому вопросу.

*Непредставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных законодательством о рекламе, а равно представление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо представление недостоверных сведений (информации) согласно части 6 статьи 19.8 КоАП РФ влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двух тысяч до десяти тысяч рублей; на юридических лиц - от двадцати тысяч до двухсот тысяч рублей.*

Дополнительно сообщаем, что в соответствии с указом главы Республики Марий Эл от 15.06.2021 № 88 «О внесении изменений в Указ Главы Республики Марий Эл от

17.03.2020 № 39№ пропуск в здание ограничен: при входе необходимо иметь при себе средства индивидуальной защиты (медицинская маска, одноразовые перчатки).

Вход в конференцию по ссылке: <https://fas1.tconf.rt.ru/c/0436775781>.

Подключение к конференции возможно в том числе со смартфона или планшета под управлением операционной системы Android или iOS. Инструкция для участников видеоконференцсвязи прилагается к настоящему определению.

Приложение: инструкция для участников видеоконференцсвязи.

Подключение к конференции возможно в том числе со смартфона или планшета под управлением операционной системы Android или iOS.

Инструкция для участников видеоконференцсвязи прилагается к настоящему уведомлению.

Информацию о невозможности участия посредством удаленного доступа необходимо сообщить до 09 июля 2021 года до 17:00.

Заместитель руководителя-

начальник отдела