

РЕШЕНИЕ

по делу № 012/05/28-151/2024

по признакам нарушения законодательства о рекламе

Резолютивная часть решения объявлена: 19 апреля 2024 года

Полный текст решения изготовлен: 24 апреля 2024 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее - Марийское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя – начальник отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов <...>,

член Комиссии – главный специалист-эксперт отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов <...>,

член Комиссии – главный государственный инспектор отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов <...>,

рассмотрев дело № 012/05/28-151/2024, возбужденное в отношении ИП П. по факту распространения наружной рекламы финансовых услуг, в отсутствие ИП П., надлежащим образом извещенного о дате, времени и месте рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

В адрес Марийского УФАС России поступило обращение депутата Государственного Собрания Республики Марий Эл <...> (вх. № 1079- ЭП/24 от 12.02.2024) о признаках нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38 – ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) при распространения рекламы на опоре знака дорожного движения возле ул. Пролетарского, д. 53, г. Йошкар-Ола, следующего содержания:

Кроме того, установлен факт размещения аналогичной рекламы по адресам: Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, Ленинский проспект, д. 68, ул. Кремлевская, д. 41, ул. Пролетарская, д. 57 следующего содержания:

Комиссия Марийского УФАС России, рассмотрев полученные материалы и документы приходит к выводу о нарушении законодательства о рекламе при распространении рассматриваемой рекламы на основании следующего.

В соответствии со ст. 1 Закона о рекламе целями данного Федерального закона являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в РФ единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения законодательства РФ о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Целью любого закона является защита и охрана определенных общественных интересов. Включение законодателем в цели Закона о рекламе предотвращения и пресечения ненадлежащей рекламы, говорит о том, что распространение такой рекламы уже является угрозой общественным интересам, охраняемым данным законом.

В соответствии с п. 1, 2, 3 ст. 3 Закона о рекламе реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме, 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.

Рассматриваемая информация является рекламой, так как адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

Под объектом рекламирования понимают 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 (статья 3 Закона о рекламе).

Из смысла содержания вышеуказанной рекламы, следует, что объектом рекламирования являются услуги по реализации товара в кредит.

Согласно п. 2 ст. 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции), под финансовой услугой понимается 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.

Согласно п. 6 ст. 4 Закона о защите конкуренции, финансовая организация хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги, - кредитная организация, профессиональный участник рынка ценных бумаг, организатор торговли, клиринговая организация, микрофинансовая организация, кредитный потребительский кооператив, страховая организация, страховой брокер, общество взаимного страхования, негосударственный пенсионный

фонд, управляющая компания инвестиционных фондов, паевых инвестиционных фондов, негосударственных пенсионных фондов, специализированный депозитарий инвестиционных фондов, паевых инвестиционных фондов, негосударственных пенсионных фондов, ломбард (финансовая организация, поднадзорная Центральному банку Российской Федерации), лизинговая компания (иная финансовая организация, финансовая организация, не поднадзорная Центральному банку Российской Федерации).

Таким образом, согласно Закону о защите конкуренции, под финансовую услугу подпадают конкретные услуги, прямо указанные в данном определении, а также иные услуги, связанные с привлечением, размещением денежных средств.

Само содержание спорной рекламы подтверждает ее направленность на привлечение внимания потенциальных клиентов, в том числе, и к возможности приобретения шуб в кредит, то есть оказания финансовой услуги.

Таким образом, рассматриваемая реклама является рекламой финансовой услуги и на нее распространяются специальные требования.

В соответствии с 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.

Так, согласно ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе, если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, пользованием им и погашением кредита или займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа) определяемую в соответствии с Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее.

Согласно абзацу 2 пункта 25 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» к условиям, влияющим на стоимость кредита, в частности, могут относиться условия о размере процентной ставки, сумме и сроке кредита, платежах и комиссиях по кредитным операциям, а также о дополнительных расходах заемщика, связанных с получением кредита (по страхованию рисков, в том числе жизни, здоровья потенциального заемщика, нотариальному заверению документов, предоставлению обеспечения по кредитному договору, оценке имущества, передаваемого в залог, и др.).

На основании 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 за пользование ею, а также предусмотренные кредитным договором иные платежи, в том числе связанные с предоставлением кредита.

В случае предоставления кредита гражданину в целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности (в том числе кредита, обязательства заемщика по которому обеспечены ипотекой), ограничения, случаи и особенности взимания иных платежей, указанных в абзаце первом настоящего пункта, определяются законом о потребительском кредите (займе).

Так как указание в рассматриваемой рекламе условий предоставления кредита направлено на формирование у потенциального заемщика желания воспользоваться финансовой услугой - кредитованием, то существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

Отсутствие в рекламе какой-либо существенной части информации о кредите приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемым кредитом.

Указание в рекламе всех условий, определяющих полную стоимость кредита (займа), является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей. Указанные нормы права приняты в интересах потребителя с целью формирования у него неискаженного и относительно полного представления о рекламируемом объекте (услуге).

В рекламе указана следующая информация: (срок займа от 3 месяцев до 3 лет).

В рассматриваемой рекламе, сведения, влияющие на сумму расходов лиц, а также определяющие полную стоимость кредита, такие как срок кредита, суммы займа, категории заемщиков и иные условия не указаны.

Таким образом, в рекламе указана только наиболее привлекательная информация (срок займа от 3 месяцев до 3 лет), иная же информация, которая влияет на выбор потребителей и имеет существенное значение, в рекламе не указана.

На основании изложенного, Комиссия приходит к выводу о том, что рассматриваемая реклама нарушает требования ч. 7 ст. 5, ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе, поскольку в рекламе отсутствуют существенные условия оказания услуги и влияющие на сумму доходов и расходов лица, использующего услугу.

Кроме того, согласно ч. 3 ст. 19 Закона о рекламе распространение рекламы на знаке дорожного движения, его опоре или любом ином приспособлении, предназначенном для регулирования дорожного движения, не допускается.

Таким образом, Закон о рекламе установлен однозначный запрет на распространение рекламы на знаке дорожного движения, его опоре или любом ином приспособлении, предназначенном для регулирования дорожного движения.

Согласно Постановлению Правительства РФ от 23.10.1993 № 1090 «О Правилах дорожного движения», ГОСТ Р 52289-2019. Национальный стандарт Российской Федерации «Технические средства организации дорожного движения. Правила применения дорожных знаков, разметки, светофоров, дорожных ограждений и направляющих устройств» знак «Пешеходный переход» (5.19.1, 5.19.2) относится к знакам особых предписаний, которые вводят или отменяют определенные режимы движения.

Пунктом 6.1 Государственного стандарта РФ ГОСТ Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения» установлено, что средства наружной рекламы не должны быть размещены на одной опоре, в створе и в одном сечении с дорожными знаками и светофорами, а также над проезжей частью и обочинами дорог.

Таким образом, рассматриваемый способ распространения рекламы с использованием громкоговорителя, размещенного у проезжей части на опоре дорожного знака, создает угрозу безопасности дорожного движения.

Учитывая изложенное, рассматриваемая реклама распространена с нарушением требований ч. 3.2 ст. 19 Закона о рекламе.

В силу ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение ч. 7 ст. 5, ч. 3.2 ст. 19,

ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе несет рекламодатель, рекламораспространитель.

П. 5, 6, 7 с. 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.

Согласно представленной заявителем информации, спорная реклама распространяется в интересах ИП П. (ИНН <...>, дата рождения <...>, место регистрации: <...>), что подтверждается письмом МБУК «ДК им.XXX-летия Победы» (вх. № 1619-ЭП/24 от 01.03.2024).

Таким образом, лицом, заинтересованным в распространении рекламы товара является ИП П., поскольку он имеет коммерческий интерес в продвижении рекламируемого товара на рынке товаров.

Следовательно, рекламодателем, рекламораспространителем рекламной информации является ИП П.

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

В материалы дела не представлено документальны доказательств, отражающих факт устранения ИП П. в настоящее время нарушения законодательства о рекламе.

На основании изложенного, Комиссия Марийского УФАС России считает, что в данном случае имеются основания для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе, пунктами 37 - 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу финансовых услуг, размещенную по адресам:

Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, Ленинский проспект, д. 68, ул. Кремлевская, д. 41, ул.

Пролетарская, д. 57, Пролетарская, д. 53 следующего содержания:

поскольку она нарушает требования части 7 статьи 5, части 3.2 статьи 19, части 3 статьи 28 13.03.2006 № 38- ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ИП П. обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу

Марийского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении.

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

Председатель

Комиссии

Члены Комиссии