



ФЕДЕРАЛЬНАЯ
АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

УПРАВЛЕНИЕ
Федеральной антимонопольной службы
по Нижегородской области

пл. Горького, 6
г. Нижний Новгород, 603000
тел. (831) 430-03-55, факс (831) 434-14-70
e-mail: to52@fas.gov.ru

ООО «Золотое Сечение»

**Волго-Вятское
ГУ Банка России**

_____ № _____
На № _____ от _____

О признании рекламы ненадлежащей

РЕШЕНИЕ
по делу №052/05/28-2119/2020

Резолютивная часть решения объявлена 03 ноября 2020 года
Решение изготовлено в полном объеме 09 ноября 2020 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

- <...> - председатель Комиссии,
- <...> - член Комиссии,
- <...> - член Комиссии,

рассмотрев дело №052/05/28-2119/2020, возбужденное в отношении **Общества с ограниченной ответственностью «Золотое Сечение» (ИНН <...>; ОГРН <...>)** по обращению **Волго-Вятского Главного управления Банка России** по признакам нарушения пункта 1 части 2 статьи 5, пункта 7 статьи 7, части 1 и 14 статьи 28



Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»), при участии представителя ВВГУ Банка России по доверенности – <...>., в отсутствие представителя ООО «Золотое Сечение»,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области 11.09.2020 поступили материалы, направленные Центральным Банком Российской Федерации, по поводу действий Общества с ограниченной ответственностью «Золотое Сечение», противоречащих, по мнению ВВГУ ЦБ РФ, требованиям рекламного законодательства.

По результатам рассмотрения обращения Нижегородским УФАС России 12.10.2020 возбуждено дело №052/05/28-2119/2020 по признакам нарушения пункта 1 части 2 статьи 5, пункта 7 статьи 7, части 1 и 14 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

Изучив материалы дела, Комиссия Нижегородского УФАС России приходит к следующим выводам.

В городе Нижнем Новгороде по адресам: <...> расположен Комиссионный магазин «Золотое Сечение».

Проанализировав представленные документы, специалистами Нижегородского УФАС России установлено, что на внешней стене здания, расположенного по адресу: <...> размещен рекламный баннер с информацией следующего содержания: *«Хор!ший Комиссионный магазин. Хор!ший комиссионный магазин. Деньги под залог цифровой техники, бытовой техники, инструмента, сотовых телефонов. Даем денег больше всех!»*

Внутри помещения на стойке менеджера размещена следующая информация: *«Залоги и выкупы осуществляются строго при наличии паспорта».*

По адресу: <...> размещена реклама следующего содержания: *«Хор!ший КОМИССИОННЫЙ МАГАЗИН ДЕНЬГИ ПОД ЗАЛОГ цифровой техники, бытовой техники, инструмента, сотовых телефонов Комиссия на все 8%».*

По адресу: <...> над входом в помещение магазина размещена следующая информация: *«Хор!ший КОМИССИОННЫЙ МАГАЗИН».*

По адресу: <...> с правой стороны от входа в помещение магазина размещен баннер, содержащий следующую информацию: *«Золотое Сечение»*, а также графические изображения бытовой техники, строительного инструмента, ювелирных украшений.

Над входом в указанное помещение размещена информация следующего содержания: *«Ломбард Магазин»* (слово «Ломбард» указано четыре раза, в трех словах отдельные буквы закрыты («ЛОМБА», «МБАРД», «МБАРД№1»)).

Внутри помещений распространяются листовки и визитки следующего содержания: *«Хор!ший комиссионный магазин. БЕРЕМ ВСЕ. Цифровая техника. Бытовая техника. Инструмент. Сотовые телефоны. РЕЖИМ РАБОТЫ ежедневно с 9-21.00 Даем денег больше всех! Ул. <...>*

Согласно пункту 1 статьи 3 ФЗ «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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» объект рекламирования - товар, средство его индивидуализации, 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, пункт 3 этой же статьи определил, что товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Сообщение направлено на привлечение внимания к объекту рекламирования – Комиссионный магазин «Хор!ший магазин», товаром выступают деньги под залог.

Таким образом, рассматриваемое сообщение отвечает определению, указанному в пункте 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе», а, следовательно, является рекламой.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» 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.

Согласно пункту 9 Постановления Пленума ВАС РФ от 8 октября 2012 года N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Закона о рекламе» рекламодаделец несет ответственность за достоверность не только тех сведений, которые относятся к его собственной деятельности (товару), являющейся объектом рекламирования, но и тех сведений, которые относятся к деятельности (товару) его конкурентов, объектом рекламирования не являющейся, таким образом, необходимо учитывать, что при сравнении в рекламе собственных товаров с товарами конкурентов не допускается сравнение, основанное на несопоставимых критериях, или неполное сравнение товаров, поскольку это искажает представление о рекламируемом товаре и не позволяет объективно оценить его свойства.

В соответствии с пунктом 29 указанного Постановления Пленума ВАС РФ, 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 терминов в превосходной степени: «самый», «лучший», «абсолютный», «единственный», «№1» и т.п. должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной. Таким образом, подобные утверждения необходимо сопровождать ссылкой на результат соответствующих исследований и источник данных.

Установлено, что в спорном рекламном сообщении уточняющие данные, подтверждающие достоверность информации «Даем денег БОЛЬШЕ всех» отсутствуют.

Следовательно, распространение рекламы противоречит требованиям пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с пунктом 7 статьи 7 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» не допускается реклама, товаров на производство и (или) реализацию которых требуется получение лицензий или иных специальных разрешений, в случае отсутствия таких разрешений.

В соответствии с частью 14 статьи 28 ФЗ «О рекламе» если оказание банковских, страховых и иных финансовых услуг или осуществлении финансовой деятельности может осуществляться только лицами, имеющими соответствующие разрешения, аккредитации либо включенными в соответствующий реестр или являющимися членами соответствующих саморегулируемых организаций, реклама указанных услуг или деятельности, оказываемых либо осуществляемой лицами, не соответствующими таким требованиям не допускается.

Перечень организаций, осуществляющих деятельность ломбардов, содержится в государственном реестре, который ведется Центральным Банком Российской Федерации.

При быстром прочтении или прочтении с большого расстояния информации, расположенной на рекламной конструкции комиссионного магазина, потребитель может сделать вывод о том, что комиссионный магазин оказывает услуги ломбарда, поскольку большими и разборчивыми буквами можно прочитать только надписи «Ломбард».

Комиссионный магазин «Хор!ший магазин» не является ломбардом, в реестре ломбардов не состоит.

Как следует из пункта 1 статьи 358 Гражданского кодекса Российской Федерации, принятие от граждан в залог движимых вещей, предназначенных для личного потребления, в обеспечение краткосрочных займов может осуществляться в качестве предпринимательской деятельности специализированными организациями - ломбардами.

В соответствии со статьей 2 Федерального закона от 19.07.2019 «О ломбардах» ломбардом является юридическое лицо, специализированная коммерческая организация, основными видами деятельности которой являются предоставление краткосрочных займов гражданам и хранение вещей.

Согласно пункту 1.1 Федерального закона «О ломбардах» ломбарды вправе осуществлять профессиональную деятельность по предоставлению потребительских займов в порядке, установленном Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)».

Поскольку ООО «Золотое Сечение» не вправе предоставлять услуги ломбарда, реклама противоречит требованиям пункта 7 статьи 7 и части 14 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных статьями 5 и 28 ФЗ «О рекламе», несет рекламодаделец.

Согласно пункту 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодаделец - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или)

содержание рекламы лицо.

В соответствии с размещенным в месте осуществления свидетельством о государственной регистрации, деятельность в комиссионном магазине «Хор!ший магазин» осуществляет ООО «Золотое Сечение (ИНН <...>; ОГРН <...>).

Следовательно, ООО «Золотое Сечение» является рекламодателем.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» ненадлежащей рекламой признается реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Таким образом, Комиссия Нижегородского УФАС России приходит к выводу о том, что реклама ООО «Золотое Сечение», размещенная в сентябре 2020 года по адресам: <...>, является ненадлежащей, противоречащей требованиям пункта 1 части 2 статьи 5, пункта 7 статьи 7, части 1 и 14 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

В связи с отсутствием сведений о прекращении распространения рекламы, Комиссия Нижегородского УФАС России считает необходимым выдать ООО «Золотое Сечение» предписание об устранении выявленного нарушения.

Комиссией Нижегородского УФАС рассмотрено дело и вынесено решение в присутствии представителя ВВГУ Банка России - <...>

После вынесения решения по делу, поступило ходатайство от генерального директора ООО «Золотое Сечение» - <...> (вх. №21147-ЭП/20) об отложении рассмотрения дела №052/05/28-2119/2020.

В связи с тем, что Комиссия Нижегородского УФАС вынесла Решение по делу №052/05/28-2119/2020, ходатайство <...>. не подлежит удовлетворению.

Руководствуясь пунктом 1 части 2 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 ООО «Золотое Сечение» «Хор!ший магазин», размещенную в городе Нижнем Новгороде по адресам: <...> поскольку это противоречит требованиям требованиям пункта 1 части 2 статьи 5, пункта 7 статьи 7, части 1 и 14 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО «Золотое Сечение» 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 статьей 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

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

Федерации.

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>