

РЕШЕНИЕ
по делу № 03-21/12-2017
о нарушении законодательства о рекламе

«03» марта 2017 года г. Йошкар-Ола

Резолютивная часть решения объявлена: 01 марта 2017 года
Полный текст решения изготовлен: 03 марта 2017 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,

член Комиссии,

член Комиссии,

рассмотрев дело № 03-21/12-2017, возбужденное по факту распространения рекламы «Ломбард Алтын», расположенной по адресу ул. Кузьмина, д. 22, г. Волжск, РМЭ, с признаками нарушения пунктов 1, 2 части 3 статьи 5, пункта 7 статьи 7, части 9 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в присутствии представителя ИП М. – М. (доверенность от 07.09.2015),

УСТАНОВИЛА:

Дело о нарушении законодательства о рекламе возбуждено в отношении ИП М. по признакам нарушения пунктов 1, 2 части 3 статьи 5, пункта 7 статьи 7, части 9 статьи 19 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы комиссионного магазина «Ломбард Алтын», расположенной по адресу ул. Кузьмина, д. 22, г. Волжск, РМЭ, следующего содержания:

DSCN4408

DSCN4408

Основанием для возбуждения дела явился проведенный специалистами отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов Марийского УФАС России мониторинг наружной рекламы в городе Волжске.

Из пояснений ИП М. следует, что предприниматель не согласна с наличием указанных признаков нарушения законодательства о рекламе, поскольку словосочетание «Комиссионный магазин № 1» в рассматриваемой рекламе использовано для обозначения порядкового номера магазина. Законодательством не установлен запрет на использование слова «ломбард», в связи с этим название комиссионного магазина «Ломбард Алтын» является правомерным и не вводит в заблуждение потребителей. Вместе с тем, предприниматель признает, что согласие на установку и эксплуатацию рекламной конструкции необходимо, однако, не получено.

Комиссия Марийского УФАС России, исследовав материалы дела, выслушав пояснения лица, участвующего в деле, пришла к выводу о нарушении законодательства о рекламе при размещении рассматриваемой рекламы.

Так, согласно статье 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.

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 содержания информации следует, что объектом рекламирования являются комиссионный магазин «Ломбард Алтын», услуги по проведению оценки, а также реализуемые золотые изделия, б/у техника и т.п.

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

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 Закона 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.

Пунктом 29 Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» установлено: 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 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 (пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе).

Применительно к использованию в рекламе терминов в превосходной степени, например, утверждений о «самом», «лучшем», «абсолютном», «единственном», «№1» и т.п., действует презумпция несоответствия действительности таких терминов в превосходной степени и утверждений, если рекламодаделец не подтвердит их истинность, предоставив документальные доказательства. При этом использование в рекламе сравнительной характеристики посредством утверждений в превосходной степени без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, означает возможность проведения такого сравнения по любому критерию.

В рекламе сообщается, что «Ломбард Алтын» - «комиссионный магазин № 1». Не

смотря на то, что указанное в рассматриваемой рекламе словосочетание «комиссионный магазин № 1» указывает на то, что данный магазин является первым среди филиалов комиссионных магазинов ИП М., что подтверждается договором аренды нежилого помещения для размещения комиссионного магазина № 2, в рекламной информации необходимо наличие критерия (порядковый номер магазина), в соответствии с которым указанный магазин является первым.

Таким образом, реклама без указания данного критерия содержит недостоверные сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами.

На основании изложенного, рассматриваемая реклама нарушает требования пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии с пунктом 7 статьи 7 Закона 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 пунктом 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, содержащая недостоверные 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.

В рассматриваемой рекламе имеется следующая информация «Ломбард Алтын 24 часа».

Материалами дела подтверждается и индивидуальным предпринимателем не оспаривается, что предпринимательскую деятельность под наименованием «Ломбард Алтын» осуществляет ИП М.

В силу пункта 2 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции) финансовой услугой является 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.

Пунктом 6 статьи 4 Закона о защите конкуренции установлено, что финансовая организация - это 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).

Отношения, возникающие при осуществлении ломбардами кредитования граждан под залог принадлежащих гражданам вещей и деятельности по хранению вещей, урегулированы Федеральным законом от 19.07.2007 №196-ФЗ «О ломбардах» (далее – Закон о ломбардах).

В силу частей 1, 1.1 статьи 2 Закона о ломбардах ломбардом является

юридическое лицо - специализированная коммерческая организация, основными видами деятельности которой являются предоставление краткосрочных займов гражданам и хранение вещей; ломбарды вправе осуществлять профессиональную деятельность по предоставлению потребительских займов в порядке, установленном Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)».

В порядке части 2 статьи 2 Закона о ломбардах ломбард должен иметь полное и вправе иметь сокращенное фирменное наименование на русском языке. Ломбард вправе иметь также полное фирменное и (или) сокращенное фирменное наименование на языках народов Российской Федерации и (или) иностранных языках. Фирменное наименование ломбарда должно содержать слово «ломбард» и указание на его организационно-правовую форму.

Таким образом, деятельность ломбардов может осуществлять только юридическое лицо, основными видами деятельности которой являются предоставление краткосрочных займов гражданам и хранение вещей.

Ломбард является поднадзорной Центральному банку РФ (далее- Банк России) организацией, обязан выполнять предписания и запросы Банка России и представлять в Банк России документы, содержащие отчет о своей деятельности и об органах управления ломбарда в порядке, установленном Банком России.

По смыслу пункта 2 части 3 статьи 2.3 Закона о ломбардах перечень организаций, осуществляющих деятельность ломбардов, содержится в специальном реестре, который ведется Центральным Банком Российской Федерации.

Из указанных норм следует, что наименование «ломбард» может использоваться при осуществлении деятельности только ломбардами, зарегистрированными в установленном порядке и осуществляющими деятельность в порядке, установленном Законом о ломбардах.

ИП М. не является ломбардом. Так, согласно выписке из ЕГРИП, основным видом деятельности ИП М. является «47.72.1 Торговля розничная обувью в специализированных магазинах», также дополнительным видом деятельности является «47.79.3 Торговля розничная прочими бывшими в употреблении товарами». Кроме того, согласно ответу Банка России от от 24.01.2017 исх. №т488-10-13/538, «Ломбард Алтын», в котором предпринимательскую деятельность осуществляет ИП М., не является подконтрольной Банку России организацией. ИП М. ведет деятельность в качестве комиссионного магазина.

Следовательно, ИП М. неправомочно использует обозначение «ломбард» при осуществлении предпринимательской деятельности.

Использование слова «ломбард» в рассматриваемой рекламе вводит потребителей в заблуждение относительно характера оказываемых ИП М. услуг, является недостоверным, а, следовательно, нарушает требования пункта 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Кроме того, поскольку ИП М. не является ломбардом, рассматриваемая реклама представляет собой рекламу услуг, на оказание которых отсутствуют специальные разрешения, следовательно, рассматриваемая реклама содержит также признаки нарушения пункта 7 статьи 7 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 1 статьи 19 Закона о рекламе распространение наружной рекламы с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, проекционного и иного предназначенного для проекции рекламы на любые поверхности оборудования, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения (далее - рекламные конструкции), монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений,

сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта осуществляется владельцем рекламной конструкции, являющимся рекламораспространителем, с соблюдением требований настоящей статьи. Владелец рекламной конструкции (физическое или юридическое лицо) - собственник рекламной конструкции либо иное лицо, обладающее вещным правом на рекламную конструкцию или правом владения и пользования рекламной конструкцией на основании договора с ее собственником.

Согласно части 9 статьи 19 Закона о рекламе установка и эксплуатация рекламной конструкции допускаются при наличии разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (далее также - разрешение), выдаваемого на основании заявления собственника или иного указанного в частях 5, 6, 7 настоящей статьи законного владельца соответствующего недвижимого имущества либо владельца рекламной конструкции органом местного самоуправления муниципального района или органом местного самоуправления городского округа, на территориях которых предполагается осуществлять установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Администрация городского округа «Город Волжск» в письме от 20.01.2017 исх. №192 указала, что владелец спорной рекламной конструкции неизвестен, заявления на получение разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции по адресу ул. Кузьмина, д. 22, г. Волжск не поступали. Вместе с тем, администрация отметила необходимость такого согласования при размещении рекламных конструкций.

Таким образом, рассматриваемая реклама нарушает требования части 9 статьи 19 Закона о рекламе.

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.

Материалами дела и письменными пояснениями ИП М. подтверждается, что предпринимательскую деятельность в месте расположения рекламной конструкции осуществляет ИП М., содержит реквизиты индивидуального предпринимателя.

На основании изложенного следует, что рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы выступает ИП М.

Таким образом, Комиссией Марийского УФАС России установлен факт нарушения пунктов 1, 2 части 3 статьи 5, пункта 7 статьи 7, части 9 статьи 19 Закона о рекламе в действиях ИП М. при размещении и распространении рассматриваемой рекламы. Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Комиссия Марийского УФАС России, изучив представленные в материалы дела доказательства, считает необходимым выдать ИП М. предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37 - 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу комиссионного магазина «Ломбард Алтын», расположенную по адресу ул. Кузьмина, д. 22, г. Волжск, РМЭ, следующего содержания:

DSCN4408



DSCN4408



поскольку в ней нарушены требования пунктов 1, 2 части 3 статьи 5, пункта 7 статьи 7, части 9 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать индивидуальному предпринимателю М. предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении в соответствии с Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии

Члены Комиссии

