### РЕКЛАМА ЛОМБАРДА

2020



#### РЕКЛАМА

- Недобросовестная и недостоверная реклама.
- Реклама услуг ломбарда.
- Рекламные акции (стимулирующие мероприятия).
- Реклама в СМС.
- Рекламные конструкции (в т. ч. на многоквартирных домах).
- Хранение рекламных материалов.
- Чужие грабли: «Победа», «Маяк», лучшая сеть и герб Чувашии.
- Правила игры: нормативные акты и надзорные органы в сфере рекламы.
- Ответственность за нарушение закона.



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.

Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе"

#### Недобросовестная реклама и недостоверная реклама.

#### В рекламе нельзя использовать:

- чужие товарные знаки;
- предметы схожие с дорожными знаками;
- иностранные слова и выражения, которые могут привести к искажению смысла информации;
- бранные слова, непристойные и оскорбительные образы, сравнения и выражения.
- государственную символику (флагов, гербов, гимнов), религиозные символы, объекты культурного наследия, в том числе изображения музейных экспонатов из архивного фонда РФ.

#### В рекламе нельзя:

- не раскрывать информацию, которую по закону нужно раскрывать.
- выдавать одни услуги за другие.
- допускать некорректное сравнение с конкурентами и их услугами, основанное на несопоставимых критериях, или неполное сравнение или порочить честь, достоинство или деловую репутацию конкурента.
- формировать негативное отношение к лицам, не пользующимся рекламируемыми услугами;
- указывать на то, что объект рекламирования одобряется органами государственной власти или органами местного самоуправления либо их должностными лицами;
- демонстрировать процессы курения и потребления алкогольной продукции, побуждать к совершению противоправных действий и призывать к насилию и жестокости;
- указывать не соответствующие действительности сведения: о преимуществах услуги или ее условиях, об официальном или общественном признании, о получении наград, о рекомендациях других лиц относительно услуги, о предоставлении преимуществ клиенту, о фактическом размере спроса на рекламируемый товар.

1. Реклама услуг ломбарда должна содержать наименование юридического лица ломбарда.



Займы под залог ювелирных изделий!

Кемеровская обл., Киселевск г., ул. Ленина, 43

#### Нарушение!

1. Реклама услуг ломбарда должна содержать наименование юридического лица ломбарда.



Займы под залог ювелирных изделий!

Кемеровская обл., Киселевск г., ул. Ленина, 43

ООО "КУЗНЕЦКИЙ ЛОМБАРД"

Требование об указании наименования ломбарда будет считаться соблюденным, если будет упомянута ее организационно-правовая форма с полным или сокращенным наименованием. Упоминание ломбарда без указания организационно-правовой формы такого юридического лица является нарушением закона о рекламе.



Займы под залог ювелирных изделий!

Кемеровская обл., Киселевск г., ул. Ленина, 43

ООО "КУЗНЕЦКИЙ ЛОМБАРД"

2. Если в рекламе ломбарда есть хотя бы одно условие, влияющее на ПСК, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость займа для заемщика и влияющие на нее.



Займы под залог ювелирных изделий!

от 0,1% в день!

ООО "КУЗНЕЦКИЙ ЛОМБАРД"

#### Нарушение!

#### Условия влияющие на ПСК ломбарда:

- о размере процентной ставки,
- о сумме займа
- о сроке займа
- предоставлению обеспечения по договору
- иные расходы (к ломбарду не применимы)

# Займы под залог ювелирных изделий!

от 0,1% в день!

ООО "КУЗНЕЦКИЙ ЛОМБАРД"

#### Нарушение!

#### <u>Условия влияющие на ПСК</u> <u>ломбарда:</u>

- о размере процентной ставки,
- о сумме займа
- о сроке займа
- предоставлению обеспечения по договору
- иные расходы (к ломбарду не применимы)

# Займы под залог ювелирных изделий!

от 0,1% в день!

Сумма займа от 1 до 1 000 000 руб., срок займа от 7 дней до 1 года, процентная ставка в первый день 36,5% годовых, со второго дня займа 365% годовых, заемщик обязан предоставить в залог ювелирное изделие не менее суммы займа).

ООО "КУЗНЕЦКИЙ ЛОМБАРД"



- Реклама услуг ломбарда должна содержать наименование юридического лица ломбарда.
- Если в рекламе ломбарда есть хотя бы одно условие, влияющее на ПСК, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость займа для заемщика и влияющие на нее.



## РЕКЛАМА СТИМУЛИРУЮЩИХ МЕРОПРИЯТИЙ ЛОМБАРДА

Рекламе, сообщающей о проведении конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара, должны быть указаны:

- 1) сроки проведения такого мероприятия;
- 2) источник информации об организаторе такого развития до мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

## Постановление Якутского УФАС России от 16.11.2015 по делу N 03-40/15РШ





Рекламе, сообщающей о проведении конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара, должны быть указаны:

- 1) сроки проведения такого мероприятия;
- 2) источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

#### Пример:

Сроки проведения акции с 01.02.2020 до 30.06.2020 года. Информацию об организаторе акции, о правилах ее проведения, количестве призов, сроках, месте и порядке их получения узнавайте по телефону 88001003434 или в ломбарде по адресу: гор. Киселевск, ул. Ленина 43. ООО «Кузнецкий ломбард».



#### РЕКЛАМА ЛОМБАРДОВ В СМС-РАССЫЛКАХ

#### ДОПОЛНИТЕЛЬНО К РАНЕЕ ОЗВУЧЕННОМУ:

 Распространение рекламы по телефонным сетям или по сети Интернет допускается только при условии предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы.

2. Запрещено использование телефонных сетей для рекламы с применением средств выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматического дозванивания, автоматической рассылки).



## ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НЕДОСТОВЕРНУЮ РЕКЛАМУ И ЗА РЕКЛАМНУЮ РАССЫЛКУ БЕЗ СОГЛАСИЯ АБОНЕНТА

#### Статья 14.3. Нарушение законодательства о рекламе

1. Нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 6 настоящей статьи, частью 4 статьи 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, - влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

АССОЦИАЦИЯ РАЗВИТИЯ ЛОМБАРДОВ

••••

## РЕКЛАМА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ

**Рекламная конструкция** — щит, стенд, перетяжка, электронное табло или иное техническое средств стабильного территориального размещения, монтируемое на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений.

Размещение новых рекламных конструкций на объектах культурного наследия запрещено с 20.03.2015.

Требования к использованию РК:

- наличие разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции органа местного самоуправления муниципального района или городского округа;
- договор с собственником земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция;
- для РК размещаемых на фасаде многоквартирного дома наличие согласия собственников помещений в многоквартирном доме, при этом, в протоколе общего собрания собственников МКД должно быть указано:
  - лицо, которые от имени собственников помещений в многоквартирном доме уполномочены на заключение договоров об использовании общего имущества
  - о порядке получения денежных средств, предусмотренных указанными соглашениями
  - об условиях пользования общим имуществом (тарифы);

#### Статья 14.37. Нарушения требований к установке и (или) эксплуатации рекламной конструкции

Установка и (или) эксплуатация рекламной конструкции без предусмотренного разрешения на ее установку и эксплуатацию или установка и (или) эксплуатация рекламной конструкции с нарушением требований технического регламента влекут наложение административного штрафа на граждан в размере от одной тысячи до одной тысячи пятисот рублей; на должностных лиц - от трех тысяч до пяти тысяч рублей; на юридических лиц - от пятисот тысяч до одного миллиона рублей.

#### ХРАНЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ

#### Статья 12. Сроки хранения рекламных материалов

Рекламные материалы или их копии, в том числе все вносимые в них изменения, а также договоры на производство, размещение и распространение рекламы должны храниться в течение года со дня последнего распространения рекламы или со дня окончания сроков действия таких договоров, кроме документов, в отношении которых законодательством Российской Федерации установлено иное.

#### КоАП РФ Статья 19.31. Нарушение сроков хранения рекламных материалов

Нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем сроков хранения рекламных материалов или их копий, а также договоров на производство, размещение или распространение рекламы, установленных законодательством о рекламе, - влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от одной тысячи до двух тысяч рублей; на должностных лиц - от двух тысяч до десяти тысяч рублей; на юридических лиц - от двадцати тысяч до двухсот тысяч рублей.

#### ОБХОДИМ ЧУЖИЕ «ГРАБЛИ»





#### ЛОМБАРД ПЛЮС

УДОБНО ЗАЙМЫ под залог ЗОЛОТА



ТЦ «Дубрава» ул. Ленина 20А (2 этаж), тел.61-00-06 ТЦ «Универмаг» ул. Ленина 42 (2 этаж), тел. 60-75-21 ТЦ «Цитрон» ул. Комсамольская 1А (1 этаж), тел.60-38-45





Реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте услугами, которые оказывают другие лица



«24 часа» направлено на привлечение внимания к «круглосуточным услугам», оказываемых не круглосуточно (обман).



<u>Недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения:</u> об ассортименте и о комплектации товаров, а также о возможности их приобретения в определенном месте или в течение определенного срока;

# Недобросовестная конкуренция (маскировка под конкурентов для заманивания их клиентов)



Недобросовестной признается реклама, которая является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством (привлекает внимание не только участников указанного рынка, но и еще потребителей, заинтересованных в услугах ломбарда)

Отсутствует часть существенной информации (информация нечитаемым шрифтом = отсутствие такой информации)

#### ломбард плюс

УДОБНО
ЗАЙМЫ
под залог
ЗОЛОТА



ТЦ «Дубрава» ул. Ленина 20А (2 этаж), тел.61-00-06 ТЦ «Универмаг» ул. Ленина 42 (2 этаж), тел. 60-75-21 ТЦ «Цитрон» ул. Комсамольская 1А (1 этаж), тел.60-38-45

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.

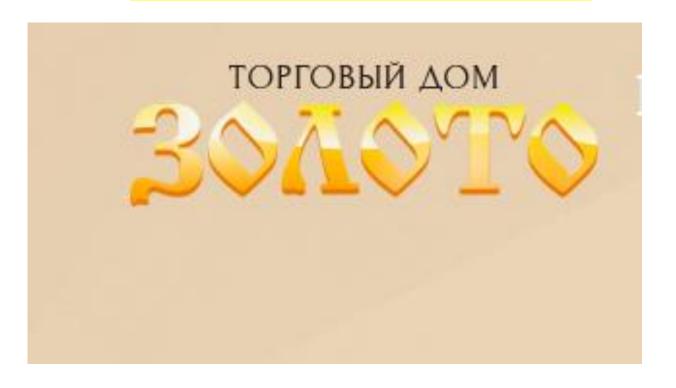
Реклама с сравнительными характеристиками в превосходной степени ("лучший", "первый", "номер один»)

без подтверждения такого превосходства



Использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными услугами, например путем употребления слов "лучший", "первый", "номер один" и т.д., должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

#### Реклама с сравнительными характеристиками в превосходной степени



Вывод надзорного органа: «Рекламная информация о том, что юридическое лицо является по версии ООО Ломбард лучшей ювелирной сетью России, распространяется в нарушение указанных требований, поскольку оценка проведена не ведущими независимыми экспертами российского ювелирного рынка, не на основании социологических исследований либо опроса общественного мнения, а работниками ломбарда».

Неправомерное размещение изображения официальных государственных символов

(обман потребителя тем, что организация имеет отношение к государству)



Неправомерное размещение изображения официальных государственных символов в рекламе предпринимательской деятельности без соответствующих разрешений может свидетельствовать о ее недостоверности и рассматриваться как нарушение положений <u>пункта 8 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.</u>

#### Не допускается использование бранных слов



Постановление Иркутского УФАС России от 31.03.2017 N 151 по делу N 111: «Способ использования вышеуказанной рекламы (комбинация заглавных (ХУ) (-ЕЮ) и строчной (-д) букв, сокращение (отсутствие) интервала между словами) выбран таким образом, что в тексте в завуалированной форме просматривается бранное слово, употребляемое в неформальной лексике, недопустимое в литературной речи, являющееся непристойным, которое воспринимается как оскорбительное.»

# Нормативные акты и надзорные органы в сфере рекламы

- Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-Ф3 «О рекламе»
- Федеральный закон от 25.06.2002 N 73-Ф3 "Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации« (Статья 35.1. Распространение наружной рекламы на объектах культурного наследия, их территориях).
- Федеральный закон от 26.12.2008 N 294-ФЗ "О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля"
- Постановление Правительства РФ от 20.12.2012 N 1346 «Об утверждении Положения о государственном надзоре в области рекламы»
- Постановление Правительства РФ от 17.08.2006 N 508 "Об утверждении Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе"
- Приказ ФАС России от 04.06.2012 N 360 "Об утверждении административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по надзору за соблюдением законодательства о рекламе путем проведения проверок соблюдения законодательства Российской Федерации о рекламе»

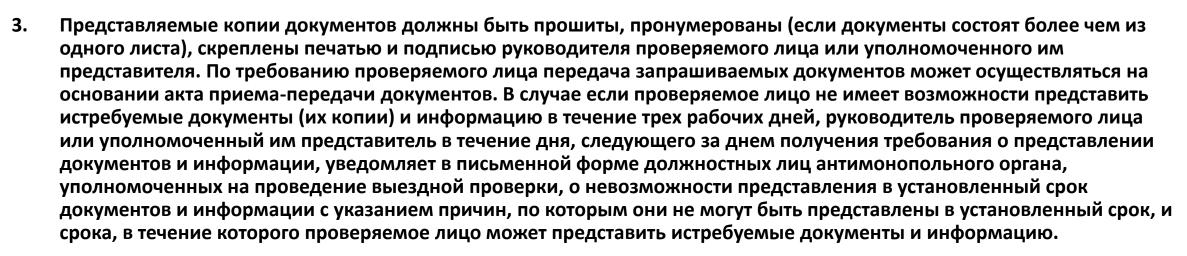
#### Нормативные акты и надзорные органы в сфере рекламы

- 1. Государственный надзор осуществляется Федеральной антимонопольной службой и ее территориальными органами.
- 2. Виды проверок: плановые(<a href="https://proverki.gov.ru">https://proverki.gov.ru</a> ) и внеплановые в (для проверки исполнения предписаний, при поступлении жалоб, при получении требования прокуратуры).
- 3. Проверки по формам: документарные и выездные.
- 4. Ломбард уведомляется о проведении плановой проверки не позднее чем за три рабочих дня до начала, о внеплановой проверке не менее чем за двадцать четыре часа до начала(кроме проверок по жалобам граждан и по факту выявления нарушение самим органом).

#### Проверки ФАС

	Документарные проверки	Выездные проверки
Срок предоставления документов (раб. дней)	10 рабочих дней	3 рабочих дня
Срок предоставления возражений на акт проверки	15 календарных дней.	15 календарных дней.

- 1. Все документы предоставляются только по мотивированному письменному требованию/запросу.
- 2. Антимонопольный орган не вправе требовать:
  - 1. сведения и документы, не относящиеся к предмету проверки,
  - 2. нотариального удостоверения представляемых копий документов,
  - 3. сведения и документы, которые могут быть получены этим органом от иных органов.



4. Ломбард в течение пятнадцати дней с даты получения акта проверки вправе представить в антимонопольный орган (руководителю инспекции) свои письменные возражения на акт проверки, которые приобщаются к акту проверки не позднее следующего рабочего дня после их поступления.



Нарушение	Размер
	ответственности
Нарушение требование к содержанию/тексту рекламы,	100 000
рассылка СМС без согласия абонента, реклама акционных	– 500 000 руб.
предложений с нарушениями (КоАП РФ Статья 14.3. Нарушение	
законодательства о рекламе)	
Размещение рекламной конструкции без разрешения органа	500 000
местного самоуправления. Размещение рекламной	– 1000 000 руб. +
конструкции, размеры которой не соответствуют разрешению	расходы на
(КоАП РФ Статья 14.37. Нарушения требований к установке и	демонтаж
(или) эксплуатации рекламной конструкции)	
Размещение рекламной конструкции на памятнике архитектуры	200 000
(повреждение объекта)	– 20 000 000 руб.
(КоАП РФ Статья 7.13. Нарушение требований	
законодательства об охране объектов культурного наследия	
(памятников истории и культуры) народов Российской	
Федерации)	
КоАП РФ Статья 19.31. Нарушение сроков хранения рекламных	20 000
материалов	– 200 000 руб.
КоАП РФ Статья 19.8. Непредставление в федеральный	20 000
антимонопольный орган, его территориальный орган сведений	– 200 000 руб.
(информации), предусмотренных законодательством о	
рекламе, а равно представление таких сведений (информации)	
в неполном объеме или в искаженном виде либо	
представление недостоверных сведений (информации)	

#### Ответственность за нарушение закона