

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 15-25.06.2026
Управления федеральной антимонопольной службы России по Республике
Северная Осетия - Алания

Запрос рассмотрен 5 членами Комитета по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов, общественных организаций, служб мониторинга Саморегулируемой организации Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (далее - СРО).

Форма проведения: дистанционная (электронная переписка): 25.06.2026 – 09.07.2026.

Описание рекламного продукта

Внутри помещения салона на окне оператора размещена листовка со следующим текстом: «ВЫКУПИМ ВАШЕ ЗОЛОТО ИЗ ДРУГИХ ЛОМБАРДОВ И СДЕЛАЕМ ПРОЦЕНТ ЕЩЁ НИЖЕ!(подробности уточнять у специалиста). НАМ ДОВЕРЯЮТ С 2014 ГОДА!».

Суть запроса

В адрес СРО поступил запрос из Управления федеральной антимонопольной службы по Республике Северная Осетия - Алания (далее — УФАС), где возбуждено дело против индивидуального предпринимателя по факту размещения вышеуказанной информации.

УФАС обратилось в СРО с просьбой дать оценку рассматриваемой рекламе на предмет наличия/отсутствия нарушений Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

Отклик

Позиция рекламодателя не запрашивалась.

Оценка экспертов

Для вынесения объективного решения по данному вопросу СРО по просьбе УФАС осуществило оценку соответствия данной рекламы требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, нормам, изложенным в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2024г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты (МТП).

Изучив материалы из обращения УФАС, эксперты высказались следующим образом:

Вопрос №1. Может ли содержание листовки, наклеенной на окно оператора салона, следующего содержания: «ВЫКУПИМ ВАШЕ ЗОЛОТО ИЗ ДРУГИХ ЛОМБАРДОВ И СДЕЛАЕМ ПРОЦЕНТ ЕЩЁ НИЖЕ! (подробности уточнять у специалиста). НАМ ДОВЕРЯЮТ С 2014 ГОДА!» создать у посетителей салона (магазина) ложное впечатление о том, что по данному адресу, в данном салоне также осуществляется деятельность в качестве ломбарда, при этом на рекламном баннере на входной двери в помещение, среди прочего, указано слово «ломбард»?

Эксперты единогласно ответили ДА

Вопрос №2. Имеются ли нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе»?

Эксперты единогласно ответили ДА

Вопрос №3. Имеются ли нарушения иных законодательных актов Российской Федерации?

4 эксперта ответили ДА, а 1 эксперт ответил НЕТ

Вопрос №4. Имеются ли нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2024г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП?

Эксперты единогласно ответили ДА

На основании проведенного анализа большинство экспертов пришли к заключению, что спорная реклама вводит в заблуждение. Таким образом, нарушает ч.3 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

Эксперты считают, что УФАС надлежащим образом доказало наличие нарушения Закона «О рекламе».

Особое мнение

Один эксперт отметил, что в рекламе присутствуют нарушения требования ч.1 ст.2 Федерального закона от 19.07.2007 №196-ФЗ «О ломбардах» и Федерального закона «О потребительском кредите (займе)» от 21.12.2013 № 353-ФЗ

При этом другой эксперт нарушения иных законодательных актов, в том числе Закона «О защите конкуренции» не усматривает, так как в соответствии с п.7 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» «...судам необходимо исходить из того, что если ложные, неточные или искаженные сведения, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту либо нанести ущерб его деловой репутации, некорректное сравнение хозяйствующим субъектом производимых или реализуемых им товаров с товарами, производимыми или реализуемыми другими

хозяйствующими субъектами, находящимися в состоянии конкуренции с указанным лицом, а также иная информация, распространение которой отвечает признакам недобросовестной конкуренции, содержащаяся в рекламе, то применяется административная ответственность, установленная статьей 14.3 КоАП РФ, а не статьей 14.33 КоАП РФ».

Решение

1. Выявлены нарушения требований ч.3 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

2. Выявлены нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2024 г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП.

