

РЕШЕНИЕ

по делу № 52/04-2017р

Резолютивная часть решения оглашена 20 июля 2017 года

В полном объеме решение изготовлено 25 июля 2017 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: Председателя Комиссии – <...> - руководителя управления, Членов Комиссии: <...> – начальника отдела ФРИР, <...> – специалиста отдела ФРИР;

при ведении протокола <...> – специалистом отдела ФРИР Кировского УФАС России;

В отсутствие надлежащим образом уведомленного о дате, месте и времени рассмотрения лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе ООО МКК «<...>»;

рассмотрев дело №52/04-2017р по признакам нарушения ООО МКК «<...>» ч. 1, п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28, п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – Федеральный закон «О рекламе») по факту размещения на фасаде здания по адресу: Кировская область, город Уржум, ул. Рокина, 8, рекламной информации следующего содержания: «<...>. Самая денежная сеть», «От 500 до 15000 рублей, займы от 0,9%, оформление за 10 минут, нужен только паспорт»,

УСТАНОВИЛА:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства о рекламе в соответствии со статьей 33 Федерального закона «О рекламе», Кировским УФАС России было установлено, на фасаде здания по адресу: Кировская область, город Уржум, ул. Рокина, 8, размещена реклама следующего содержания: «<...>. Самая денежная сеть», «От 500 до 15000 рублей, займы от 0,9%, оформление за 10 минут, нужен только паспорт», которая содержит признаки нарушения ч. 1 ст. 28, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28, п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» (Акт фиксации рекламы от 10.02.17).

Определением от 25.05.2017г. возбуждено дело № 52/04-2017р в отношении ООО МКК «<...>» и ООО «<...>». Рассмотрение дела № 52/04-2017р назначено на 21.06.2017г.

Ответчики – ООО МКК «<...>», ООО «<...>», надлежащим образом уведомленные о дате, месте и времени рассмотрения дела, явку не обеспечили, запрошенные

документы не представили.

Вместе с тем, в материалы дела № 52/04-2017р были представлены документы ООО МКК «<...>» (вх. № 4289 от 19.06.2017). Согласно представленным документам спорная рекламная информация была размещена ООО МКК «<...>» (ОГРН <...>, ИНН <...>).

21.06.2017 определением о продлении срока рассмотрения дела № 52/04-2017р, в соответствии с пунктом 32 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508 была произведена замена ненадлежащих лиц – ООО МКК «<...>» и ООО «<...>» надлежащим лицом – ООО МКК «<...>», в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства Российской Федерации.

Рассмотрение дела № 52/04-2017р определением от 21.06.2017 года отложено на 20.07.2017.

ООО МКК «<...>», уведомленное надлежащим образом о дате, времени и месте рассмотрения дела, явку на рассмотрение дела не обеспечило, запрошенные документы представило, ходатайств не заявляло.

Комиссия приняла решение о рассмотрении дела № 52/04-2017р в отсутствие ответчика ООО МКК «<...>».

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

Согласно ст. 3 Федерального закона «О рекламе», рекламой является информация, распространяемая 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 понимается 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. Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация, размещенная на фасаде здания по адресу: Кировская область, город Уржум, ул. Рокина, 8, следующего содержания: «<...>. Самая денежная сеть», «От 500 до 15000 рублей, займы от 0,9%, оформление за 10 минут, нужен только паспорт», адресована неопределенному кругу лиц, в том числе пешеходам, пассажирам и водителям транспортных средств, поскольку размещена рядом с тротуаром, вблизи от проезжей части дороги, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (финансовым услугам, предоставляемым ООО МКК «<...>» - займы), формирование или поддержание интереса к нему и его продвижению на рынке, соответствует требованиям статьи 3 Федерального закона «О рекламе» и, таким образом, является рекламой.

Также стоит отметить, что указанная спорная информация была вынесена на рассмотрение Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Кировской области. Согласно данным протокола заседания Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Кировской области, члены Экспертного Совета единогласно пришли к выводу о том, что информация: «<...>. Самая денежная сеть», «От 500 до 15000 рублей, займы от 0,9%, оформление за 10 минут, нужен только паспорт», размещенная на фасаде здания по адресу: Кировская область, город Уржум, ул. Рокина, 8, носит рекламный характер, так как побуждает потребителя к действию по приобретению товаров и услуг, что и является конечной целью рекламы.

Требования статьи 28 Федерального закона «О рекламе» распространяются на рекламу финансовых услуг и финансовой деятельности. Соответственно для квалификации нарушения по указанной статье Федерального закона необходимо установить, что объектом рекламирования являются услуги либо деятельность, относящиеся к финансовым.

Согласно пункту 2 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» финансовая услуга - 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 5 части 1 статьи 3 Федерального закона от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» установлено, что профессиональная деятельность по предоставлению потребительских займов - это деятельность юридического лица или индивидуального предпринимателя по предоставлению потребительских займов в денежной форме, осуществляемая за счет систематически привлекаемых на возвратной и платной основе денежных средств и (или) осуществляемая не менее чем четыре раза в течение одного года (кроме займов, предоставляемых работодателем работнику, и иных случаев, предусмотренных федеральным законом).

Согласно статье 2 Федерального закона от 02.07.2010 N 151-ФЗ «О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях», микрокредитная компания - вид микрофинансовой организации, осуществляющей микрофинансовую деятельность с учетом установленных частями 1 и 3 статьи 12 настоящего Федерального закона ограничений, имеющей право привлекать для осуществления такой деятельности денежные средства физических лиц, являющихся ее учредителями (участниками, акционерами), а также юридических лиц.

Анализ указанных норм в совокупности с понятием финансовой услуги, установленным Федеральным законом «О защите конкуренции», позволяет сделать вывод о том, что оказываемые микрокредитными компаниями услуги по привлечению денежных средств (выдача займов) являются финансовыми услугами.

Объектом рекламирования спорной рекламы является услуга – выдача займов.

Таким образом, исходя из вышеуказанных нормативно определенных понятий,

указанные в спорной рекламе услуги (займ) связаны с привлечением либо размещением денежных средств физических лиц, что позволяет идентифицировать их в качестве финансовых, на рекламу которых распространяются требования статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Согласно ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги или осуществляющего данную деятельность (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя и (если имеется) отчество).

Исходя из анализа положений Федерального закона «О рекламе», целью рекламы является не просто продвижение соответствующего товара (работы, услуги), а доведение до потребителя всех необходимых сведений, способных вызвать у нее потребителя правильное (неискаженное) представление об объекте рекламирования. Таким образом, необходимость информирования потребителя направлена на формирование у него правильного (достоверного) восприятия о соответствующей продукции (товаре, услуге). Недостаточная информированность потребителя обо всех условиях рекламируемого товара (работы, услуги), имеющая место в силу недобросовестного поведения организации, предоставляющей услуги или реализующей товар, приведет к неоправданным ожиданиям названного лица, прежде всего, в отношении сделки, которую он намерен заключить.

Таким образом, отсутствие наименования лица, предоставляющего финансовую услугу, может привести к искажению смысла рекламы и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой финансовой услугой.

Согласно статье 54 Гражданского кодекса Российской Федерации наименование юридического лица состоит из организационно - правовой формы и фирменного наименования.

В соответствии со статьей 5 Федерального закона от 02.07.2010 № 151-ФЗ «О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях» наименование микрокредитной компании должно содержать словосочетание «микрокредитная компания» и указание на ее организационно-правовую форму. Спорная реклама содержит только фирменное наименование «<...>», без указания организационно-правовой формы и указания на ее деятельность как микрокредитной компании. Таким образом, наименование лица, предоставляющего финансовую услугу - займы, отсутствует, что является нарушением ч. 1 ст.28 Федерального закона «О рекламе».

Согласно п. 2 ч. 2 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

Согласно ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе», если реклама услуг,

связанных с предоставлением кредита или займа, использованием 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.

Статья 432 Гражданского кодекса Российской Федерации к существенным относит условия о предмете договора, условия, которые названы в законе или иных правовых актах как существенные или необходимые для договоров данного вида, а также все те условия, относительно которых по заявлению одной из сторон должно быть достигнуто соглашение.

Порядок расчета полной стоимости потребительского кредита (займа) с приведением формулы, по которой необходимо осуществлять расчет, установлен статьей 6 Федерального закона от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)», при этом условия договора потребительского кредита (займа) установлены статьей 5 указанного закона.

Учитывая изложенное, если реклама услуг, связанных с предоставлением займа, использованием им и погашением займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость займа и влияющие на нее.

Указание условий оказания финансовых услуг, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей.

Как было установлено, в спорной рекламе содержались сведения о процентной ставке по займам (от 0,9 %) и сумме займа (От 500 до 15000 рублей). Информация о сроке предоставления займа, максимальной процентной ставке, влияющая на его фактическую стоимость и расходы вкладчика, в рекламе отсутствовали, что является нарушением п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

Согласно [п. 1 ч. 3 ст. 5](#) Федерального 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.

Согласно пункту 29 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» реклама должна отвечать критериям достоверности, которые имеют объективное подтверждение в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

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).

Согласно Толковому словарю русского языка (под редакцией С.И.Ожегова и Н.Ю. Шведовой – М., 1999г.), значение слово «самый»: «...4. При прилагательном образует его превосходную степень, а при существительном указывает на крайнюю степень количества или качества».

В рассматриваемой информации слово «самая» употребляется при прилагательном «денежная» и, соответственно, образует его превосходную степень. Документов, подтверждающих достоверность указанной сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами (услугами) путем употребления слова «самая» в части превосходства рекламируемой денежной сети над конкурентами в период распространения рекламы, представлено не было.

Таким образом, следует признать, что в спорной рекламе: «<...>. Самая денежная сеть», «От 500 до 15000 рублей, займы от 0,9%, оформление за 10 минут, нужен только паспорт», размещенной на фасаде здания по адресу: Кировская область, город Уржум, ул. Рокина, 8, присутствует нарушение п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

С учетом названных обстоятельств и положений ч. 1 ст. 28, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 и п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», следует признать, что рекламная информация следующего содержания: «<...>. Самая денежная сеть», «От 500 до 15000 рублей, займы от 0,9%, оформление за 10 минут, нужен только паспорт», размещенная на фасаде здания по адресу: Кировская область, город Уржум, ул. Рокина, 8, не отвечает требованиям рекламного законодательства Российской Федерации.

В соответствии со ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель и рекламораспространитель.

В соответствии со ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28, п.1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель.

Установлено, что деятельность по адресу: Кировская область, г. Уржум, ул. Рокина, д. 8 согласно пояснениям ответчика, договорам займа и договору аренды нежилого помещения от 01.04.2016, представленным в материалы дела, осуществляется ООО МКК «<...>». Таким образом, в рассматриваемом деле рекламодателем и рекламораспространителем спорной информации в одном лице выступает ООО МКК «<...>».

Как следует из пояснений ответчика, спорная информация была демонтирована, вместо нее размещена новая информация, в качестве подтверждения представлено фото новой рекламной информации. Учитывая, что на момент принятия решения в материалах дела имеется документальное подтверждение устранения нарушения, Комиссия решила не выдавать ООО МКК «<...>» предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства.

Комиссия считает необходимым передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном

правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Исходя из изложенного, 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 законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу следующего содержания: «<...>. Самая денежная сеть», «От 500 до 15000 рублей, займы от 0,9%, оформление за 10 минут, нужен только паспорт», размещенную на фасаде здания по адресу: Кировская область, город Уржум, ул. Рокина, 8, так как она противоречит ч. 1, п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28, п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
2. Предписание Обществу с ограниченной ответственностью микрокредитная компания «<...>» (ИНН <...>; ОГРН <...>) об устранении нарушения ч. 1 ст. 28, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 и п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» в связи с добровольным устранением нарушения не выдавать.
3. Передать материалы дела № 52/04-2017р уполномоченному должностному лицу Кировского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении Общества с ограниченной ответственностью микрокредитная компания «<...>» и его должностного лица.

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

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>