



Вместе с тем, ПТС должен храниться у собственников либо владельцев транспортных средств.

Из смысла вышеуказанной нормы, регулирующей такую меру обеспечения исполнения обязательства как залог имущества усматривается, что таким предметом может быть имущество, за счет которого в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательства должником, кредитор может получить удовлетворение из стоимости заложенного имущества.

Таким образом, предмет залога должен иметь стоимостную оценку, тогда как ПТС является документом, не имеющим стоимостной оценки. Следовательно, финансовая организация не сможет получить удовлетворение требований из стоимости ПТС в случае ненадлежащего исполнения или неисполнения заемщиком своих обязательств.

При таких обстоятельствах, следует вывод о том, что ПТС не может являться предметом залога по договору займа.

Согласно части 7 статьи 5 Закона о рекламе, 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.

3. При этом, как следует из фактических обстоятельств, рекламное объявление, размещенное в сети Интернет, представляет собой текстовое сообщение небольшого размера, с помощью которого пользователь может перейти на сайт лица, разместившего объявление. Само объявление не может рассматриваться отдельно от сайта, на который он ведет, и не является сам по себе основанием для принятия лицом, его увидевшим, решения воспользоваться услугой либо приобрести товар. Фактически объявление, неразрывно связанное с сайтом, является частью того сайта, который открывается после «клика» на объявление, и не может рассматриваться в отрыве от самого сайта.

При этом вышеуказанные страницы сайта не содержат всех остальных условий, определяющих фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющих на нее.

В рекламе финансовых услуг существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой. (Письмо ФАС России от 13.08.2010 № АК/26483 «Об усилении контроля за рекламой финансовых услуг»).

Условиями, влияющими на стоимость кредита, в частности, могут относиться условия о размере процентной ставки, сумме и сроке кредита, платежах и комиссиях по кредитным операциям, а также о дополнительных расходах заемщика, связанных с получением кредита (по страхованию рисков, в том числе жизни, здоровья потенциального заемщика, нотариальному заверению документов, предоставлению обеспечения по кредитному договору, оценке имущества, передаваемого в залог, и др.).

Вышеуказанная реклама не содержит ряд условий, а именно- подробную информацию о фактической стоимости кредита для заемщика, условия предоставления финансовой услуги, процентной ставки, платежах и комиссиях по кредитным операциям, а также о дополнительных расходах заемщика, связанных с получением кредита.

Согласно пункту 28 Постановления Пленума Высшего арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 г. №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе»» рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара, однако, при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом «О рекламе» к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

В соответствии с частью 3 статьи 28 Закона о рекламе, если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита, использованием им и погашением кредита, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, эта реклама должна содержать все остальные условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее, поскольку указание неполных сведений об условиях предоставления кредита может привести к искажению сути рекламируемой банковской услуги и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение ею воспользоваться.

4. Из буквального смысла содержания рекламного текста следует, что гарантируется 100% успешность получения денежных средств, оказания финансовой услуги.

В соответствии с пунктом 6 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе», Недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о гарантийных обязательствах изготовителя или продавца товара.

В самой рекламной информации указано, что финансовые услуги оказывает ООО «МФК КарМани».

В адрес Управления 03.05.2023 поступили пояснения ООО «МФК КарМани» (далее- Общество) (исх. №4499), согласно которым ИП <...>, в соответствии с Агентским договором №648-ИП от 16.09.2022, является Агентом Общества. Выступая Агентом, ИП <...> от имени и за счет ООО «МФК КарМани» оказывает действия по поиску потенциальных клиентов для Общества. ООО «МФК КарМани» не изготавливало и не согласовывало рассматриваемое рекламное объявление.

В ходе рассмотрения дела представителем ИП <...> представлены пояснения, согласно которым ИП <...>, в целях осуществления рекламы финансовых продуктов ООО «МФК КарМани» заключил договор с <...>, согласно которому Заказчик (ИП <...>) поручает, а Исполнитель (<...>) обязуется оказать следующие услуги по рекламе:

- ведение личного кабинета на интернет-площадке по адресу 2gis.ru, предоставленного по договору с ООО «2 ГИС-Закамье»,
- осуществлять информационное сопровождение личного кабинета по адресу 2gis.ru и контента рекламы согласно условиям агентского договора с ООО МФК «Кармани»,
- публикация рекламной информации на сайте <https://avtozaim-1.ru> и поддоменных именах сайта, которые принадлежат Исполнителю,
- осуществить взаимосвязь между двумя сайтами 2 gis.ru и сайте <https://avtozaim-1.ru> и поддоменных имен сайта.

Согласно п. 6.3. договора о рекламе: «Контроль за содержанием рекламы на сайте 2 gis.ru и сайте <https://avtozaim-1.ru> и поддоменных именах сайта на соответствие ее законодательству о рекламе несет Исполнитель».

ИП <...> не имеет доступа к сайтам 2 gis.ru и <https://avtozaim-1.ru> и поддоменных имен сайта, ответственность за рекламу договором от 10.01.2023 возложена на <...>.

В адрес Управления поступили пояснения <...> (вх. №5691 от 05.06.2023г.) и (вх. №6411 от 23.06.2023г.), согласно которым

рассматриваемое рекламное объявление было размещено <...> самостоятельно. Кроме того, <...> также представлена информация, что ответственность за рекламу договором от 10.01.2023 возложена на <...>.

Учитывая вышеизложенное, в рассматриваемом случае усматриваются признаки нарушения пункта 2 части 3 статьи 5, пункта 6 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Закона о рекламе.

На основании части 6 статьи 38 Закона «О рекламе» следует, что за нарушение требований, установленных частями 3 и 7 статьи 5, статьей 28 Закона «О рекламе» несет ответственность рекламодатель.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 закона «О рекламе», рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Из указанного определения следует, что рекламодателем может быть как лицо, заинтересованное в реализации объекта рекламирования (изготовитель товара, продавец товара, лицо, оказывающее услуги), так и иное лицо, если указанное лицо совершило действия по выбору объекта рекламирования (под которым понимается товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама) и содержания рекламной информации. При этом отнесение того или иного лица к рекламодателю осуществляется исходя из объекта рекламирования, к которому формируется интерес в рекламе, условий договора о распространении рекламы, а также иных обстоятельств распространения рекламы (письмо ФАС России от 31.05.2016 № АК/36350/16 «О разъяснении отдельных положений Федерального закона «О рекламе»).

Таким образом, в данном случае рекламодателем является ИП <...>.

В соответствии со статьей 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, предусмотренных вышеуказанными нормами, несет ответственность рекламопроизводитель, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

Согласно пункту 6 статьи 3 Закона «О рекламе», рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламопроизводителем является <...>.

Ввиду изложенного и на основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона о рекламе, а также в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

Признать ненадлежащей рекламу, распространенную ИП <...> и <...> по факту нарушения требований пункта 2 части 3 статьи 5, пункта 6 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

Рекламодателем признать ИП <...>.

Рекламораспространителем признать <...>.

ИП <...> и <...> выдать предписание об устранении нарушения закона о рекламе.

Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Татарстанского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, в соответствии с Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 17 июля 2023 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии: <...> – (должностное лицо)

Члены Комиссии: <...> – (должностное лицо)

<...> – (должностное лицо)