РЕШЕНИЕ

Дата оглашения решения: 08 августа 2012 г. г. Иваново
Дата изготовления решения: 10 августа 2012 г.

Комиссия Ивановского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе (далее - Комиссия):
<…>;
рассмотрев дело № 07-18/2012-019, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы финансовых услуг,
в присутствии представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:
- ООО «Издательский дом «Барс» (г. Иваново, ул. 2-я Молодежная, д. 49), <…> (представитель по доверенности от 19.06.2012),

УСТАНОВИЛА:

При мониторинге рекламы, размещенной на страницах периодических печатных изданий, Ивановским УФАС России выявлены признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
Так, в газете «Ивановский купецъ» № 3 за апрель 2012 года на странице № 16 размещалась реклама следующего содержания: «Не надоело работать за гроши? Стань свободным человеком! В системе более 30 000 000 человек. телефон 8 (4932) 390-666. МММ 2011. 20 $ подарок при регистрации mmmIvanovo2011@mail.ru. 40 % в месяц!!! sergey-mavrodi.com».
Данная реклама свидетельствует о признаках нарушения:
- п. 4 ч. 4 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), согласно которому реклама не должна формировать негативное отношение к лицам, не пользующимся рекламируемыми товарами, или осуждать таких лиц;
- ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе, согласно которой 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;
- ч. 7.1 ст. 5 Закона о рекламе, согласно которой в рекламе товаров и иных объектов рекламирования стоимостные показатели должны быть указаны в рублях, а в случае необходимости дополнительно могут быть указаны в иностранной валюте;
- ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе, согласно которой реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица – наименование, для индивидуального предпринимателя – фамилию, имя, отчество);
- п. 1 ч. 2 ст. 28 Закона о рекламе, согласно которому реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг не должна содержать гарантии или обещания в будущем эффективности деятельности (доходности вложений), в том числе основанные на реальных показателях в прошлом, если такая эффективность деятельности (доходность вложений) не может быть определена на момент заключения соответствующего договора;
- п. 2 ч. 2 ст. 28 Закона о рекламе, согласно которому реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг не должна умалчивать об иных условиях

оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которые понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.
Ивановским УФАС России по данному факту 24 мая 2012 года было возбуждено дело № 07-18/2012-019 по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе.
21 июня 2012 г. Комиссия Ивановского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе отложила дело, в связи с тем, что рекламодатель Малеев И.М., в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, на рассмотрение дела не явился и у Комиссии Ивановского УФАС России отсутствовали данные о своевременном извещении лица о месте и времени рассмотрения дела.
08 августа 2012 года Комиссия продолжила свою работу после отложения. Рассмотрев материалы дела, выслушав объяснения представителя ООО «Издательский дом «Барс», Комиссия пришла к следующим выводам.
В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона о рекламе ненадлежащей является реклама не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.
Согласно ст. 3 Закона о рекламе реклама – это информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирования и поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке.
Информация «Не надоело работать за гроши? Стань свободным человеком! В системе более 30 000 000 человек. телефон 8 (4932) 390-666. МММ 2011. 20 $ подарок при регистрации mmmIvanovo2011@mail.ru. 40 % в месяц!!! sergey-mavrodi.com» подпадает под определение рекламы и содержит все её признаки:
-адресована неопределенному кругу лиц;
-направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования;
-призвана формировать и поддерживать интерес к объекту рекламирования, способствует его продвижению на рынке.
В соответствии с информацией, размещенной в общедоступных интернет источниках, финансовая пирамида – это специфический способ обеспечения дохода за счёт постоянного привлечения денежных средств от новых участников пирамиды. Обычно финансовые пирамиды регистрируются как коммерческие учреждения и привлекают средства для финансирования некоего проекта. Собранные средства не направляются на покупку ликвидных активов, а сразу используются для выплат предыдущим участникам, рекламы и дохода организаторов. Чем дольше функционирует пирамида, тем меньше процент возможного возврата при её ликвидации.
Принципиальным отличием финансовой пирамиды от реального бизнес-проекта является источник выплаты дохода. Если сумма выплат дохода стабильно превышает размер прибавочной стоимости, которую обеспечивает данный бизнес, то данный проект является пирамидой.
Реализация схемы «МММ 2011» предполагается в форме социальной сети путем взаимного перечисления гражданами денежных средств через электронные кошельки либо физической передачи наличных денежных средств, гражданами выбранному ими физическому лицу.
Социальной сетью, в данной схеме, является самоорганизующаяся группа людей, участие в которой основано на доверии и осуществляется на добровольной основе. Управление схемой «МММ 2011» построено по иерархическому принципу. Все участники схемы «МММ 2011» разделены на «десятки», «сотни», «тысячи» и т.д.

Управление денежными средствами каждой «десятки» участников осуществляется лицом, выбранным самими участниками и именуемым «десятником». По аналогичному принципу «десятники» назначают «сотника», «сотники» назначают «тысячника». Каждый «десятник», «сотник», «тысячник» имеет доступ к денежным средствам своей «десятки» либо назначенному управляющим денежными средствами «сотней» участников («десятником» и «сотником», соответственно).
Организаторы системы («МММ-2011») осуществляют прием, размещение вкладов участников системы, их обработку, связь с участниками, оповещение о финансовых результатах деятельности в системе, то есть оказывают гражданам услуги, которые носят финансовый характер.
21.01.2011 года Экспертный совет ФАС России по развитию конкуренции на финансовых рынках признал наличие признаков финансовой пирамиды в схеме Сергея Мавроди «МММ-2011».
Согласно п. 2 ст. 4 Федерального закона № 135-ФЗ от 26.07.2006 «О защите конкуренции» финансовая услуга – банковская услуга, страховая услуга, услуга на рынке ценных бумаг, услуга по договору лизинга, также услуга, оказываемая финансовой организацией и связанная с привлечением и (или) размещением денежных средств юридических и физических лиц.
Согласно части 1 статьи 28 Закона «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица — наименование, для индивидуального предпринимателя — фамилию, имя, отчество).
Деятельность, указанная на сайте SERGEY-MAVRODI.COM, связана с привлечением денежных средств физических лиц. Соответственно, услуги подпадают под понятие финансовой услуги, и реклама указанной деятельности должна соответствовать требованиям, предъявляемым Законом о рекламе, а именно, реклама финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги.
Сведения о реквизитах организации, предоставляющей финансовую услугу, являются для потребителей существенной информацией.
Поскольку в рекламе указывается финансовая услуга, которая направлена на формирование у потребителей желания ею воспользоваться, то существенной является информация, относящаяся к реквизитам (наименование) организаций, предоставляющих соответствующую услугу. Указание реквизитов организаций (наименование), предоставляющие финансовые услуги, является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей.
Согласно части 7.1 статьи 5 Закона «О рекламе», в рекламе товаров и иных объектов рекламирования стоимостные показатели должны быть указаны в рублях, а в случае необходимости дополнительно могут быть указаны в иностранной валюте.
В содержании рассматриваемого рекламного объявления указано, что при регистрации 20 $ в подарок. Как видно из текста, при регистрации дается в подарок 20 $, подарок передается в иностранной валюте — доллары США.
В соответствии с частью 1 статьи 75 Конституции Российской Федерации, денежной единицей в Российской Федерации является рубль, что подтверждает его приоритет перед остальными денежными валютами.
Данное положение развивается в гражданском законодательстве, а именно, в части 1 статье 140 Гражданского Кодекса Российской Федерации, где говорится, что рубль является законным платежным средством, обязательным к приему по нарицательной стоимости на всей территории Российской Федерации. Денежные обязательства должны быть выражены в рублях (пункт 1 статьи 317 ГК РФ).
Реклама не должна формировать негативное отношение к лицам, не

пользующимся рекламируемыми товарами, или осуждать таких лиц (пункт 4 части 4 статьи 5 Закона «О рекламе»).
В рассматриваемом рекламном объявлении содержатся элементы негативного отношения к тем категориям граждан, которые не состоят в финансовой пирамиде «МММ 2011». Об этом свидетельствует следующее.
В тексте рекламы, а именно в слове «РАБОТАТЬ», первые три буквы выполнены жирным и крупным шрифтом, которые в сравнение с остальными буквами более заметны для потребителя. Данные буквы образуют слово «РАБ». Согласно словарю «Ожегова», раб – это зависимый, угнетенный в условиях эксплуататорского общества человек, а также человек, лишенный всех прав и средств производства и являющийся полной собственностью владельца, распоряжающегося его трудом и жизнью.
Из данного определения следует, что указанное слово принижает человеческое достоинство, его свободу и права. Ставит его на низшую ступень человеческого общества.
В рекламном объявлении идет указание на то, что население Российской Федерации не пользующееся услугами финансовой пирамидой «МММ 2011» характеризуется общим понятием «раб», то есть выполняют рабский труд за гроши, как это указанно в тексте рекламы.
Рассматриваемая реклама содержит признаки нарушения ч. 7 ст. 5 и п. 2 ч. 2 ст. 28 Закона о рекламе, согласно которым 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 банковских, страховых и иных финансовых услуг не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.
Исходя из пункта 6 правил «МММ 2011», каждый участник при регистрации получает бонус в размере 20 $, но данный бонус может получить только один член семьи без внесения денег, а остальные члены семьи могут рассчитывать на данный бонус лишь при внесении 50$. Также указывается, что на данный бонус, который получает участник при регистрации бонус в размере 20$ участник должен купить «МАВРО».Через две недели участник вправе распорядится этими «МАВРО» по своему усмотрению и на общих основаниях: немедленно продать их, продолжать держать и далее и пр. Однако при этом класть на депозит эти подарочные 20$ запрещено, если участник не внес собственных денег, не менее 50$.
Таким образом, в рекламе отсутствует информация, где существенным является сведение о том, что на размер бонуса (20$), который получает участник системы, он должен приобрести «МАВРО», а также, что данный бонус запрещено вносить на депозит, если участник не внес собственных денежных средств, размер которого не может составлять менее 50$.
На основании вышеизложенного следует, что рекламное объявление следующего содержания: «Не надоело работать за гроши? Стань свободным человеком! В системе более 30 000 000 человек. телефон 8 (4932) 390-666. МММ 2011. 20 $ подарок при регистрации mmmIvanovo2011@mail.ru. 40 % в месяц!!! sergey-mavrodi.com», содержит признаки нарушения п. 4 ч. 4 ст. 5, ч. 7 ст. 5, ч. 7.1 ст. 5, п. 1 ч. 2 ст. 28, п. 2 ч. 2 ст. 28 Закона о рекламе.
За нарушение требований п. 4 ч. 4 ст. 5, ч. 7 ст. 5, ч. 7.1 ст. 5, п. 1 ч. 2 ст. 28, п. 2 ч. 2 ст.

28 Закона о рекламе согласно ч. 6 ст. 38 данного закона ответственность несет рекламодатель.
За нарушение требований ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе, согласно ч. 6 и ч. 7 ст. 38 данного закона ответственность несет как рекламодатель, так и рекламораспространитель.
Рекламодателем в данном случае является <…>, рекламораспространителем – ООО «Издательский дом «Барс» (юридический адрес: г. Иваново, ул. 2-я Молодежная, д. 49).
21 июня 2012 г. Комиссия Ивановского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе отложила дело, в связи с тем, что рекламодатель <…>, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, на рассмотрение дела не явился и у Комиссии Ивановского УФАС России отсутствовали данные о своевременном извещении лица о месте и времени рассмотрения дела.
22 июня 2012 года Ивановским УФАС России были направлены запросы о предоставлении сведений о месте регистрации <…> в Управление Федеральной миграционной службы по Московской области и в ГУ МВД России по Московской области.
24 июля 2012 года в Ивановское УФАС России поступил ответ из Управления Федеральной миграционной службы по Московской области, согласно которому по данным межрайонного ОУФМС России по Московской области в городском округе Орехово-Зуево, <…> был зарегистрирован по месту жительства по адресу: <…>. Снят с регистрационного учета в <…>.
24 июля 2012 года Ивановским УФАС России был направлен запрос о предоставлении сведений о месте регистрации <…> в территориальный пункт в Прохоровском районе межрайонного отдела УФМС России по Белгородской области.
01 августа 2012 года в Ивановское УФАС России поступил ответ из территориального пункта в Прохоровском районе межрайонного отдела УФМС России по Белгородской области, согласно которому <…> зарегистрированным либо снятым с регистрационного учета на территории Прохоровского района не значится. По состоянию на 24 июля 2012 года паспортом гражданина РФ не документирован.
В связи с вышеизложенным, установить местонахождение рекламодателя <…> не представляется возможным.
Представитель ООО «Издательский дом «Барс» <…> факт нарушения законодательства РФ о рекламе не признал.
По мнению представителя, ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе распространяется на рекламу банковских, страховых и иных финансовых услуг, где должно содержаться наименование или имя лица, оказывающего эти услуги, а именно: для юридического лица – наименование, для индивидуального предпринимателя – фамилию, имя, отчество. В данном случае <…> сделал заказ на публикацию рекламы, как физическое лицо, без статуса индивидуального предпринимателя.
Также Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» определяет финансовую услугу, как банковскую услугу, страховую услугу, услугу на рынке ценных бумаг, услугу по договору лизинга, а также услугу, оказываемую финансовой организацией и связанную с привлечением и (или) размещением денежных средств юридических и физических лиц.
Соответственно, финансовая организация – это хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги, прямо поименованные в названном Федеральном законе: кредитная организация, кредитный потребительский

кооператив, страховщик, страховой брокер, общество взаимного страхования, фондовая биржа, валютная биржа, ломбард, лизинговая компания, негосударственный пенсионный фонд, управляющая компания инвестиционного фонда, управляющая компания паевого инвестиционного фонда, управляющая компания негосударственного пенсионного фонда, специализированный депозитарий инвестиционного фонда, специализированный депозитарий паевого инвестиционного фонда, специализированный депозитарий негосударственного пенсионного фонда, профессиональный участник рынка ценных бумаг.
Отсюда следует, что реклама <…> не подходит не под одну вышеуказанную услугу и не распространяется на рекламу физического лица, а значит, ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе не нарушена и не имеет своего действия на вышеуказанные правоотношения.
Данный довод, по мнению Комиссии Ивановского УФАС России, не состоятелен в виду следующего. Для целей Закона о защите конкуренции финансовыми услугами являются конкурентные услуги, прямо указанные в определении «финансовой услуги», содержащемся в п. 2 ст. 4 Закона о защите конкуренции, а также иные услуги, связанные с привлечением и (или) размещением денежных средств в случае, если такие услуги оказываются финансовой организацией. Перечень финансовых организаций содержится в п. 6 ст. 4 Закона о защите конкуренции и является закрытым.
Основным содержательным признаком отнесения той или иной услуги к финансовой является существо осуществляемой деятельности – т.е. привлечение или размещение денежных средств физических и юридических лиц либо одновременное привлечение и размещение таких денежных средств.
В статье 28 Закона о рекламе содержатся требования, предъявляемые к рекламе деятельности, связанной с привлечением денежных средств физических лиц, в том числе для строительства жилья на основании договора участия в долевом строительстве, а также к рекламе таких организаций, как жилищные, жилищно-строительные кооперативы, жилищные накопительные кооперативы, то есть к рекламе услуг, оказываемых организациями, не являющимися финансовыми по смыслу Закона о защите конкуренции.
Изложенное позволяет сделать вывод, что понятие финансовой услуги для целей Закона о рекламе включает не только услуги, прямо указанные в Законе о защите конкуренции, но также и другие услуги, связанные с привлечением либо предоставлением денежных средств. При этом для целей Закона о рекламе необходимо учитывать правовое регулирование финансовых услуг, установленное также иными нормативными актами.
Так, например, Федеральный закон «Об ипотеке (залоге недвижимости)» (статьи 76, 77) предусматривает возможность получения целевого займа для приобретения или сооружения жилого дома или квартиры не только от банка или иной кредитной организации, но и от другого юридического лица соответственно по договору кредита или целевого займа,
Из положений Гражданского кодекса Российской Федерации (статья 807, пункт 2 статьи 819) следует, что нормы о кредите являются специальными по отношению к займу, при этом субъектный состав договора займа не ограничен. Однако согласно правовой позиции, изложенной в пункте 4 Информационного письма Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 10.08.1994 № С1-7/ОП-555, услуги по предоставлению займа не должны носить систематического характера.
Из анализа положений статьи Закона о рекламе с учётом приведённых норм следует, что по своей природе и правовой цели услуги по предоставлению займа лицами, не являющимися кредитными организациями, аналогичны финансовым

услугам кредитных организаций.
Таким образом, реклама деятельности лица, не являющегося кредитной организацией, по привлечению и (или) размещению денежных средств юридических и физических лиц, может рассматриваться как реклама финансовых услуг.
Следовательно, реклама указанной деятельности должна соответствовать как общим требованиям, предъявляемым к рекламе, так и положениям статьи 28 Закона о рекламе, устанавливающей специальные требования к рекламе финансовых услуг.

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 рекламу «Не надоело работать за гроши? Стань свободным человеком! В системе более 30 000 000 человек. телефон 8 (4932) 390-666. МММ 2011. 20 $ подарок при регистрации mmmIvanovo2011@mail.ru. 40 % в месяц!!! sergey-mavrodi.com», размещенную в газете «Ивановский купецъ» № 3 за апрель 2012 года на странице № 16, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования п. 4 ч. 4 ст. 5, ч. 7 ст. 5, ч. 7.1 ст. 5, ч. 1 ст. 28, п. 1 ч. 2 ст. 28, п. 2 ч. 2 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не выдавать, в связи с прекращением распространения указанной рекламы.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Ивановского УФАС России для возбуждения дел об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

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

< Подписи членов комиссии >