

## РЕШЕНИЕ

28 августа 2015 г.

г. Липецк

Резолютивная часть решения объявлена 27 августа 2015 года

Решение в полном объеме изготовлено 28 августа 2015 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель: - руководитель управления А.А. Сешенов,

члены комиссии: - начальник отдела рекламы и недобросовестной конкуренции Д.А. Шалестенко,

- специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции И.Г. Дубовская,

рассмотрев дело № 11, возбужденное по признакам нарушения ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» обществом с ограниченной ответственностью «Центр Капитал» <...>, в присутствии:

представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО «Центр Капитал» <...>;

в отсутствие:

заявителя – <...>,

### УСТАНОВИЛА:

В Липецкое УФАС России поступило обращение гражданина <...> из которого следует, что в городе Липецк на здании по адресу: ул. Советская, 4 размещена реклама следующего содержания: «ЦЕНТР КАПИТАЛ ФИНАНСОВАЯ КОМПАНИЯ <...> Деньги под МАТЕРИНСКИЙ КАПИТАЛ на улучшение жилищных условий до 500000 руб. в течение 1 дня ДОВЕРЯЙ ПРОФЕССИОНАЛАМ г.Липецк, ул. Неделина, стр.63 <...> звонок бесплатный...» с признаками нарушения ФЗ «О рекламе».

Статья 1 ФЗ «О рекламе» в числе целей данного Федерального закона устанавливает, в том числе, реализацию права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

В силу п. 1 ст. 3 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 и поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

п. 2 ст. 3 ФЗ «О рекламе» говорит, что объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, 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.

Пункт 3 статьи 3 ФЗ «О рекламе» гласит, что товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» объектом рекламирования в рекламе, размещенной в городе Липецк на здании по адресу: ул. Советская, 4 следующего содержания: «ЦЕНТР КАПИТАЛ ФИНАНСОВАЯ КОМПАНИЯ <...> Деньги под МАТЕРИНСКИЙ КАПИТАЛ на улучшение жилищных условий до 500000 руб. в течение 1 дня ДОВЕРЯЙ ПРОФЕССИОНАЛАМ г.Липецк, ул. Неделина, стр.63 <...> звонок бесплатный...» являются финансовые услуги, а именно: выдача займов КПК «Центр Капитал» для улучшения жилищных условий под залог материнского капитала.

Согласно п. 4 ст. 3 Закона ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В силу ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения и использования, если при этом искажается смысл информации, и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Согласно ч. 1 ст. 28 Федерального 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).

В соответствии с п. 2 ч. 2 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» 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.

Часть 3 ст. 28 ФЗ «О рекламе» говорит: если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, пользованием 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.

В рамках рассмотрения указанного заявления с целью осуществления своих полномочий по государственному надзору за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе: предупреждению, выявлению и пресечению нарушений физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе, Липецким УФАС России были запрошены необходимые документы и информация из которых следует, что рекламодателем и рекламораспространителем вышеуказанной рекламы является общество с ограниченной ответственностью «Центр Капитал» <...>, рекламопроизводителем - общество с ограниченной ответственностью «Липецкая рекламная группа» <...>. Из представленного ООО «Центр Капитал» макета рекламы видно, что текст, размещенный в нижней части рекламы шрифтом очень маленького размера является нечитаемым.

В виду того, что привлекательная для потребителя информация является читаемой и доступной (ЦЕНТР КАПИТАЛ ФИНАНСОВАЯ КОМПАНИЯ <..> Деньги под МАТЕРИНСКИЙ КАПИТАЛ на улучшение жилищных условий до 500000 руб. в течение 1 дня ДОВЕРЯЙ ПРОФЕССИОНАЛАМ г.Липецк, ул. Неделина, стр.63 <...> звонок бесплатный...), а информация, обязательная в силу закона, является нечитаемой (исключает факт её восприятия), антимонопольный орган приходит к выводу, что, в размещаемой посредством использования рекламной конструкции рекламе, информация о лице, оказывающем финансовые услуги и об остальных существенных условиях предоставления указанных услуг, влияющих на его фактическую стоимость, отсутствует.

Реклама должна быть добросовестной и достоверной и не должна вводить в заблуждение потребителей. Информация об условиях предоставления финансовой услуги является существенной.

Согласно Постановлению Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ № 58 от 08.10.2012, 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 обязательных сведений или условий оказания услуг. Поэтому, если соответствующая информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт, цветовая гамма и т.п.), и это обстоятельство приводит к искажению смысла информации и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то такая информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования.

Нарушение ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе» связано с непредставлением потребителю обязательной в силу Закона информации об условиях предоставления финансовой услуги «деньги под материнский капитал на улучшение жилищных условий» и информации о лице, предоставляющем указанную услугу.

Распространенная рекламная информация о возможности получения финансовой услуги направлена на формирование у потребителей желания ею воспользоваться, при этом существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламы. Отсутствие

информации о лице, предоставляющем финансовую услугу и об условиях предоставления финансовой услуги может привести к искажению смысла рекламы и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение ею воспользоваться.

Закон обязывает формировать у потребителя рекламы правильное (достоверное) представление о соответствующем товаре, реклама должна носить понятный, не двусмысленный характер, и не должна вводить потребителя в заблуждение. При этом потребитель рекламы вправе рассчитывать на формирование неискаженного представления об услуге при восприятии конкретного рекламоносителя, а не совокупности всех распространенных к определенному моменту рекламных материалов.

В нарушение ч. 1 ст. 28 ФЗ «О рекламе» указанная реклама не содержит наименования или имени лица, оказывающего финансовые услуги (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество).

В нарушение п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28 ФЗ «О рекламе» реклама умалчивает об иных условиях оказания финансовой услуги по предоставлению займов под материнский капитал на улучшение жилищных условий, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугой лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугой лица, не содержит всех остальных условий, определяющих фактическую стоимость финансовой услуги для заемщика и влияющих на неё.

Согласно ч. 6 ст. 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных, в частности, ч. 7 ст. 5, ст. 28 Закона несёт рекламодатель, которым, в силу п. 5 ст. 3 Закона, является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, то есть Общество с ограниченной ответственностью «Центр Капитал».

Согласно ч. 7 ст. 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных, в частности, ч. 1 ст. 28 Закона несёт рекламораспространитель, которым, в силу п. 7 ст. 3 Закона, является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, то есть Общество с ограниченной ответственностью «Центр Капитал».

Таким образом, реклама ООО «Центр Капитал» распространённая в городе Липецк на рекламной конструкции, установленной на стене здания 4 по ул. Советская, следующего содержания: «ЦЕНТР КАПИТАЛ ФИНАНСОВАЯ КОМПАНИЯ <...> Деньги под МАТЕРИНСКИЙ КАПИТАЛ на улучшение жилищных условий до 500000 руб. в течение 1 дня ДОВЕРЯЙ ПРОФЕССИОНАЛАМ г. Липецк, ул. Неделина, стр.63 (<...> звонок бесплатный...» содержит признаки нарушения ч. 7 ст. 5, ч. 1, п. 2 ч. 2, ч.3 ст. 28 ФЗ «О рекламе», так как в рекламе отсутствует часть существенной информации о рекламируемой финансовой услуге и информация о наименовании лица, оказывающего финансовую услугу, реклама умалчивает об иных условиях оказания соответствующей услуги, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугой лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугой лица, и не содержит всех остальных условий,

определяющих фактическую стоимость финансовой услуги для заёмщика и влияющих на неё.

Определением о возбуждении дела № 11 по признакам нарушения законодательства о рекламе от 30.06.2015 в отношении ООО «Центр Капитал» возбуждено дело и назначена дата рассмотрения дела на 11 часов 00 минут 16 июля 2015 года в Липецком УФАС России.

На рассмотрении дела 16.07.2015 представитель ООО «Центр Капитал» <...> пояснил, что реклама следующего содержания: «ЦЕНТР КАПИТАЛ ФИНАНСОВАЯ КОМПАНИЯ [www.capital-msk.ru](http://www.capital-msk.ru) Деньги под МАТЕРИНСКИЙ КАПИТАЛ на улучшение жилищных условий до 500000 руб. в течение 1 дня ДОВЕРЯЙ ПРОФЕССИОНАЛАМ г.Липецк, ул. Неделина, стр.63 <...> звонок бесплатный...» на здании по адресу: г.Липецк, ул. Советская, 4 29.04.2015 не распространялась. Просил Комиссию отложить рассмотрение дела № 11 на более поздний срок для предоставления доказательства изложенной позиции.

Определением об отложении рассмотрения дела № 11 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе от 16.07.2015 рассмотрение дела было назначено на 15 часов 00 минут 28 июля 2015 в Липецком УФАС России по адресу: г. Липецк, пл. Плеханова, д.1, кабинет 506.

На рассмотрение дела 28.07.2015 представитель ООО «Центр Капитал» с надлежащим образом оформленными полномочиями, заявитель не явились. Запрошенные Липецким УФАС России в определении об отложении рассмотрения дела № 11 от 16.07.2015 документы ООО «Центр Капитал» в указанный срок представлены не были.

Определением об отложении рассмотрения дела № 11 от 28.07.2015 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе рассмотрение дела было назначено на 09 часов 00 минут 27.08.2015 в Липецком УФАС России по адресу: г. Липецк, пл. Плеханова, д.1, кабинет 506 и запрошены дополнительные документы и информация, которые представлены в установленный срок.

На рассмотрении дела № 11 27.08.2015 представитель ООО «Центр Капитал» пояснил, что реклама распространялась на указанной в заявлении конструкции с 13.04.2015 по 28.04.2015, о чем свидетельствуют представленные в дело копии договоров и актов выполненных работ.

Проанализировав имеющиеся в деле доказательства, Комиссия приходит к выводу, что реклама следующего содержания: «ЦЕНТР КАПИТАЛ ФИНАНСОВАЯ КОМПАНИЯ [www.capital-msk.ru](http://www.capital-msk.ru) Деньги под МАТЕРИНСКИЙ КАПИТАЛ на улучшение жилищных условий до 500000 руб. в течение 1 дня ДОВЕРЯЙ ПРОФЕССИОНАЛАМ г. Липецк, ул. Неделина, стр.63 <...> звонок бесплатный...» распространялась в г. Липецк на рекламной конструкции, установленной на стене здания по ул. Советская, 4, с 13.04.2015 по 28.04.2015 с нарушением ч. 7 ст. 5, ч. 1, п. 2 ч. 2, ч.3 ст. 28 ФЗ «О рекламе».

В результате совещания, руководствуясь п.1 ч.2 ст.33, ч.1 ст.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,

## РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу общества с ограниченной ответственностью «Центр Капитал» следующего содержания: «ЦЕНТР КАПИТАЛ ФИНАНСОВАЯ КОМПАНИЯ <...> Деньги под МАТЕРИНСКИЙ КАПИТАЛ на улучшение жилищных условий до 500000 руб. в течение 1 дня ДОВЕРЯЙ ПРОФЕССИОНАЛАМ г. Липецк, ул. Неделина, стр.63 <...> звонок бесплатный...», распространенную с 13.04.2015 по 28.04.2015 в г. Липецк на рекламной конструкции, установленной на стене здания по ул. Советская, 4, т. к. нарушены требования ч. 7 ст. 5, ч. 1, п. 2 ч. 2, ч.3 ст. 28 ФЗ «О рекламе».

2. Не выдавать ООО «Центр Капитал» предписание об устранении нарушения законодательства о рекламе в связи с добровольным демонтажем ООО «Центр Капитал» рекламы.

3. Передать материалы дела должностному лицу Липецкого УФАС России для решения вопроса о возбуждении дела 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.