

## РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 050/05/5-26/2024

Резолютивная часть решения оглашена «19» марта 2024 г.

В полном объеме решение изготовлено «02» апреля 2024 г.

«02» апреля 2024 г.

г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области по рассмотрению дел о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии:

<...> – заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области (далее – Управление).

Члены Комиссии:

<...> – <...> отдела контроля за рекламной деятельностью и недобросовестной конкуренцией Управления;

<...> – <...> отдела контроля за рекламной деятельностью и недобросовестной конкуренцией Управления, рассмотрев дело № 050/05/5-26/2024, возбужденное по факту размещения 24.11.2023 в сервисе контекстной рекламы «Яндекс.Директ» объявления следующего содержания: заголовок – «Займ под ПТС! Выгодно. Деньги за 20 минут!»; текст – «От 3% в месяц под ПТС. Деньги в день обращения. Авто остается у вас. Без проверок. До 90% от стоимости авто. Заем с любой КИ. Без отказов. 0% скрытых комиссий. Финансовые услуги оказывает: ООО «Ломбард Суворовский»; отображаемая ссылка – «[premiumlk.ru](http://premiumlk.ru)Займ под ПТС! Выгодно...» с признаками нарушения пункта 2 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛА:

В соответствии с поручением Генеральной прокуратуры Российской Федерации и письмами прокуратуры Московской области от 29.08.2019 № 7-2246-2019 и от 11.02.2020 № 7-2246/2019/12728 Управлением на территории Московской области проводится мониторинг рекламы финансовых услуг лизинговых компаний и физических лиц, вводящей в заблуждение потребителей относительно условий приобретения товара (природы сделки), при заключении договора купли-продажи и договора лизинга с физическими лицами, где физическое лицо обязуется продать транспортное средство (предмет лизинга) лизингодателю (покупателю) и оно же одновременно выступает в качестве лизингополучателя в пределах одного

лизингового правоотношения.

При мониторинге информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» 24.11.2023 в сервисе контекстной рекламы «Яндекс.Директ» выявлено следующее объявление: заголовок – «Займ под ПТС! Выгодно. Деньги за 20 минут!»; текст – «От 3% в месяц под ПТС. Деньги в день обращения. Авто остается у вас. Без проверок. До 90% от стоимости авто. Заем с любой КИ. Без отказов. 0% скрытых комиссий. Финансовые услуги оказывает: ООО «Ломбард Суворовский»; отображаемая ссылка – «[premiumlk.ru](https://premiumlk.ru)Займ под ПТС! Выгодно...».

В ходе рассмотрения материалов мониторинга Управлением установлено, что рекламная кампания, в рамках которой было опубликовано указанное рекламное объявление, оплачивалась ООО «Лайк лизинг» (место нахождения: 143405, Московская область, г.о. Красногорск, г. Красногорск, ул. Вокзальная, д. 37А, эт./помещ. 3/301; ИНН: 5024220967; ОГРН: 1225000040077; дата регистрации в качестве юридического лица: 25.04.2022, далее – Общество № 1) и ООО «Премиум Лизинг» (место нахождения: 109382, г. Москва, вн.тер.г. муниципальный округ Люблино, ул. Люблинская, д. 141, помещ. 8; ИНН: 9723196129; ОГРН: 1237700270455; дата регистрации в качестве юридического лица: 11.04.2023, далее – Общество № 2).

Согласно правовой позиции ООО «Лайк лизинг» по настоящему делу Общество № 1 заключило соглашение с ООО «Ломбард Суворовский», в рамках которого рекламировало в том числе услуги ООО «Ломбард Суворовский». Общество № 1 предполагало разделить входящий трафик клиентов в зависимости от необходимых им финансовых услуг. Клиенты, заинтересованные в договоре лизинга, получали консультацию в ООО «Лайк лизинг», в то время как клиенты, заинтересованные в договоре займа, направлялись в ООО «Ломбард Суворовский». Текст рассматриваемой рекламы был составлен по образцу объявлений других участников рынка. В рамках развития проекта Общество № 1 неоднократно просило Общество № 2 оплатить рекламную кампанию в сервисе «Яндекс.Директ» за ООО «Лайк лизинг». Данная рекламная кампания не принесла ожидаемого результата и была прекращена, соглашение о сотрудничестве с ООО «Ломбард Суворовский» было расторгнуто 15.01.2024.

В соответствии с правовой позицией ООО «Премиум Лизинг» по настоящему делу Общество № 2 продвигает оказываемые им услуги на рынке посредством участия в профильных выставках авто- и мототехники, а не посредством рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». ООО «Премиум Лизинг» подтвердило, что Общество № 1 обращалось к нему с просьбой оплатить услуги сервиса «Яндекс.Директ». Общество № 2 не осуществляет деятельность по выдаче займов и не пользуется услугами сервиса «Яндекс.Директ», что свидетельствует об отсутствии вины ООО «Премиум Лизинг» в нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия установила следующее.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе рекламой признается 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 или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Объектом рекламирования может быть 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 2 статьи 3 Закона о рекламе).

Исходя из изложенного, рассматриваемая информация направлена на привлечение внимания к услугам по предоставлению займа, оказываемым ООО «Ломбард Суворовский», формирует и поддерживает интерес потребителей к конкретным условиям предоставления займа, следовательно, она является рекламой финансовых услуг ООО «Ломбард Суворовский».

Согласно пункту 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

В соответствии с частью 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.

Частью 1 статьи 336 Гражданского кодекса Российской Федерации установлено, что предмет залога может быть всякое имущество, в том числе вещи и имущественные права, за исключением имущества, на которое не допускается обращение взыскания, требований, неразрывно связанных с личностью кредитора, и иных прав, уступка которых другому лицу запрещена законом.

ПТС – паспорт транспортного средства, документ, в котором содержатся сведения о технических характеристиках, идентификационных данных и сведения о собственниках. Данный документ не может выступать в качестве обеспечения по кредиту или займу, поскольку как таковой ценности он не имеет: он может быть потерян, восстановлен, сделан дубликат и т.д. Обеспечением по договору займа всегда выступает автомобиль, принадлежащий заемщику, при этом заключается договор займа под залог автомобиля с правом пользования.

С учетом изложенного, использованное в рассматриваемой рекламе выражение: «*Займ под ПТС*» не соответствует действительности, поскольку фактически деньги выдаются под залог имущественных прав на транспортное средство.

Рекламный слоган «*Займ под ПТС*» вводит потребителя рекламы в заблуждение относительно оказываемых ООО «Ломбард Суворовский» услуг и нарушает требования пункта 2 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

На основании изложенного Комиссией установлен факт нарушения пункта 2 части 3 статьи 5 и части 7 статьи 5 Закона о рекламе при распространении указанной рекламы.

Согласно части 6 статьи 38 Закона о рекламе рекламодаделец несет ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 2 части 3 статьи 5 и частью 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Рекламодателем признается изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (пункт 5 статьи 3 Закона о рекламе).

Согласно позиции ФАС России 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.

Согласно ответу ООО «Яндекс» на запрос информации от 27.11.2023 № КИ/20672/23 рассматриваемая реклама была размещена в рамках договоров, заключенных между ООО «Яндекс» и Обществом № 1, а также ООО «Яндекс» и Обществом № 2. Указанные договоры были заключены ООО «Лайк лизинг» и ООО «Премиум Лизинг» путем акцепта оферты на оказание услуг «Яндекс.Директ». В подтверждение наличия договорных отношений ООО «Яндекс» представило оплаченные Обществом № 1 и Обществом № 2 счета, акты об оказанных услугах, счета-фактуры.

Следовательно, рекламодателями рассматриваемой рекламы являются ООО «Лайк лизинг» и ООО «Премиум Лизинг» как лица, определившие содержание рекламы.

Согласно пункту 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922 (далее – Правила), при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пусть и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

Общество № 1 и Общество № 2 пояснили, что распространение рассматриваемой рекламы прекращено, сведения о продолжении ее распространения у

Управления отсутствуют.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42-48 Правил, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рассматриваемую рекламу ненадлежащей, не соответствующей требованиям пункта 2 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 Закона о рекламе.
2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не выдавать.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области для рассмотрения вопроса о необходимости возбуждения дела по признакам нарушения статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии:  
<...>

Члены Комиссии:

<...>

<...>