

РЕШЕНИЕ

по делу № 055/05/28-1041/2021

17 ноября 2021 года

город

Омск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее - Омское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее также – Комиссия) в составе:

председатель Комиссии – (...)

члены Комиссии: (...)

рассмотрев дело № 055/05/28-1041/2021 по признакам нарушения обществом с ограниченной ответственностью «Ломбард «С-4», адрес: 644024, г. Омск, ул. Учебная, д. 79, пом. 9П, ИНН 5501088213, ОГРН 1055501062946 (далее – ООО «Ломбард С-4», Общество) частей 1 и 3 статьи 28, части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в отсутствие законного представителя ООО «Ломбард С-4», извещенного надлежащим образом,

в присутствии посредством видеоконференцсвязи представителя ООО «Ломбард С-4» (...)

УСТАНОВИЛА:

В адрес Управления службы по защите прав потребителей и обеспечению доступности финансовых услуг в Уральском федеральном округе Центрального Банка Российской Федерации гражданином (...) направлено заявление по фактам нарушения ООО «Ломбард С-4» законодательства Российской Федерации.

Указанное заявление было перенаправлено в Омское УФАС России для рассмотрения в части нарушения требований законодательства о рекламе.

Сотрудниками Омского УФАС России был осуществлен выезд по указанному заявителем адресу: г. Омск, ул. Химиков, д. 6/3, по итогам которого установлено, что на фасаде здания и его конструктивных элементах (колоннах) была размещена информация: «Ломбард» социальный 0,1 %», «Ломбард Социальный».

Установлено, что ООО «Ломбард С-4» осуществляет деятельность в помещении по адресу: г. Омск, ул. Химиков, д. 6/3, где также расположен магазин «FIX PRICE», при этом иные организации, оказывающих потребителям услуги ломбарда, отсутствуют.

Кроме того, внутри торгового помещения (непосредственно в месте осуществления деятельности Обществом) также размещалась информация «0,1%», «ломбард социальный», выполненная в едином стиле с наружной (печатные буквы черного цвета на желтом фоне).

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме, 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.

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками – распространена наружным способом, в адрес неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания к деятельности ломбарда, а также к предоставлению денежных средств под залог с указанием процентной ставки 0,1 %.

1. Ломбардом является юридическое лицо, зарегистрированное в форме хозяйственного общества, сведения о котором внесены в государственный реестр ломбардов в порядке, предусмотренном настоящим Федеральным законом и нормативным актом Банка России, и основными видами деятельности которого являются предоставление краткосрочных займов гражданам (физическим лицам) под залог принадлежащих им движимых вещей (движимого имущества), предназначенных для личного потребления, и хранение вещей (часть 1 статьи 2 Федерального закона от 19.07.2007 № 196-ФЗ «О ломбардах», (далее - Федеральный закон «О ломбардах»).

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 (пункт 2 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции»).

Ломбард как хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги, является финансовой организацией.

В соответствии с частью 1 статьи 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).

На момент фиксации распространяемой рекламы информация, предусмотренная частью 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», отсутствовала.

2. Ломбарды вправе осуществлять профессиональную деятельность по предоставлению потребительских займов в порядке, установленном Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)» (часть 1.1 статьи 2 Федерального закона «О ломбардах»).

Потребительский кредит (заем) - денежные средства, предоставленные кредитором заемщику на основании кредитного договора, договора займа, в том числе с

использованием электронных средств платежа, в целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности, в том числе с лимитом кредитования (пункт 1 часть 1 статьи 3 Федерального закона от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» (далее также Федеральный закон «О потребительском кредите»).

В соответствии частью 3 статьи 7 Федерального закона «О ломбардах» существенными условиями договора займа являются наименование заложенной вещи, сумма ее оценки, произведенной в соответствии со статьей 5 настоящего Закона, сумма предоставленного займа, процентная ставка по займу и срок предоставления займа.

Сумма предоставленного ломбардом займа не может превышать сумму оценки заложенной вещи.

Условия договора потребительского кредита (займа) установлены статьей 5 Федерального закона «О потребительском кредите».

Порядок расчета полной стоимости потребительского кредита (займа) с приведением формулы, по которой необходимо осуществлять расчет, установлен статьей 6 Федерального «О потребительском кредите».

В соответствии со статьями 5 и 6 Федерального закона «О потребительском кредите (займе)» к условиям, определяющим полную стоимость кредита (займа), в том числе могут быть отнесены:

- сумма потребительского кредита (займа);
- срок действия договора потребительского кредита (займа) и срок возврата потребительского кредита (займа);
- валюта, в которой предоставляется потребительский кредит (заем);
- процентная ставка в процентах годовых, а при применении переменной процентной ставки - порядок ее определения.

В пункте 25 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указано, что к условиям, влияющим 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.).

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 (часть 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе»).

Очевидно, что указание в рекламе только одного условия предоставления займа - процентной ставки 0,1 % не позволяет однозначно определить его полную стоимость в соответствии со статьей 6 Федерального закона «О потребительском кредите (займе)».

В нарушении части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» в рекламе было указано только одно условие предоставления займа – процентная ставка при отсутствии иных условий, влияющих на полную стоимость займа.

3. Оценка рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

В пункте 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указано, что *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.*

Целью размещения спорной рекламы являлось привлечение потенциальных клиентов к оказываемым Обществом финансовым услугам, в том числе и заявителя, пожелавшего взять заём именно у ООО «Ломбард С-4».

В качестве доказательств к заявлению приложены: копия залогового билета № ЗБ00963-ХМ и расчеты суммы возврата займа, сделанные заявителем.

При этом отсутствие в рекламе существенных условий оказания финансовых услуг ввело заявителя в заблуждение относительно действия размера процентной ставки 0,1 % в период времени, отсутствие льготного периода, начисление пени за просрочку и т.п.

В силу части 7 статьи 5 Федерального 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.

Определением от 28.10.2021 Омским УФАС России возбуждено дело № 055/05/28-1041/2021 по признакам нарушения частей 1 и 3 статьи 28, части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», рассмотрение дела назначено на 17.11.2021.

В соответствии с пунктом 2 части 3 статьи 2.3 Федерального закона «О ломбардах» государственный реестр ломбардов ведется Банком России.

В настоящее время ООО «Ломбард «С-4» состоит в реестре Банка России (дата включения в реестр/выдачи лицензии 25.12.2007).

На заседании Комиссии представитель (...) подчеркнул, что заявителю были выплачены денежные средства, по мнению которого, были им излишне уплачены при возврате займа, при этом в настоящее время ООО «Ломбард С-4» привело рекламу в соответствие с требованиями законодательства Российской Федерации о рекламе.

Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (пункт 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

Рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (пункт 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

Исходя из определений, данных в пунктах 5 и 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», ООО «Ломбард «С-4» является и рекламодателем, и рекламодателем.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия пришла к выводу о нарушении ООО «Ломбард С-4» требований частей 1 и 3 статьи 28, части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» при распространении наружной рекламы.

Учитывая представленные ООО «Ломбард С-4» и фотоснимки, свидетельствующие том, что в настоящее время ненадлежащая информация не распространяется, Комиссией принято решение об отсутствии необходимости в выдаче предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

Руководствуясь статьями 33, 36 Федерального закона «О рекламе», в соответствии с пунктами 42-55 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу общества с ограниченной ответственностью «Ломбард «С-4» (ИНН 5501088213, ОГРН 1055501062946) «Ломбард» социальный 0,1 %», «Ломбард Социальный» ненадлежащей, нарушающей требования частей 1 и 3 статьи 28, части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ООО «Ломбард С-4» не выдавать.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении.

Решение изготовлено в полном объеме 19.11.2021.

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

