

РЕШЕНИЕ

по делу № 07/04-2016 р

Резолютивная часть решения оглашена 28 января 2016 года

В полном объеме решение изготовлено 09 февраля 2016 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел о нарушении рекламного законодательства в составе: Председателя комиссии: <...> – руководителя Кировского УФАС России; Членов комиссии: <...>. – начальника отдела ФРИР Кировского УФАС России; <...> – специалиста отдела ФРИР Кировского УФАС России; секретарь <...> – специалист отдела ФРИР Кировского УФАС России;

в присутствии: лица, в действиях, которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе: <...> – представителя Индивидуального предпринимателя;

рассмотрев дело № 07/04-2016р, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту размещения Индивидуальным предпринимателем <...> рекламы в журнале «Каталог «ПОД КЛЮЧ Киров» за апрель 2015 г. № 67 (100) на странице 129 следующего содержания: «Скидки.<...>»- части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28, части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту Федеральный закон «О рекламе»),

УСТАНОВИЛА:

По результатам плановой проверки за соблюдением законодательства о рекламе (приказ УФАС по Кировской области о проведении плановой документарной проверки № 90 от 27.03.2015 г.) было установлено, что в журнале «Каталог «ПОД КЛЮЧ Киров» за апрель 2015 г. № 67 (100) на странице 129 размещена информация: «Скидки <...>».

Определением от 18.01.2016г. возбуждено дело № 07/04-2016р в отношении Индивидуального предпринимателя <...> по признакам нарушения части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28, части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

На заседании Комиссии Кировского УФАС России, состоявшемся 28.01.2016г., представитель ИП <...>представила письменные пояснения от 28.01.2016г., в которых факт нарушения части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28, части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» признала.

Изучив материалы дела, комиссия Кировского УФАС России приходит к следующим выводам.

Согласно ст. 3 Федерального закона «О рекламе», рекламой является

информация, распространяемая 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. Под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, 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. Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация, размещенная в журнале «Каталог «ПОД КЛЮЧ Киров» за апрель 2015 г. № 67 (100) на странице 129 следующего содержания: *«Скидки до 20 % на всю корпусную мебель. <...>*, является рекламной, так как предназначена для неопределенного круга лиц – читателей журнала, поскольку размещена в СМИ, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования и поддержанию интереса к нему (а именно указан товар - мебель, название организации -Компания «Сонет», адрес и телефон организации, где реализуется вышеуказанный товар), его продвижению на рынке, по своему характеру разовым предложением не является, так как указан адрес, телефон, где можно приобрести перечисленный товар.

Ненадлежащей признается реклама не соответствующая требованиям законодательства РФ (ст. 3 Федерального закона «О рекламе»).

Требования к рекламе финансовых услуг определены в статье 28 Федерального закона «О рекламе». В соответствии с п. 2 ч. 2 указанной статьи 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.

Согласно ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» 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](#) от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее.

Порядок расчета полной стоимости потребительского кредита (займа) с приведением формулы, по которой необходимо осуществлять расчет, установлен статьей 6 Федерального закона от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)», при этом условия договора потребительского кредита (займа) установлены статьей 5 указанного закона.

Учитывая изложенное, если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита, использованием им и погашением кредита, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита и влияющие на нее.

Рассматриваемая рекламная информация содержала только часть условий по предоставлению кредита, а именно: срок предоставления кредита – 4 месяца.

При этом иные существенные условия предоставления кредита, влияющие на его полную стоимость, такие как минимальная сумма потребительского кредита, срок действия договора потребительского кредита, валюта, в которой предоставляется потребительский кредит, процентная ставка и порядок ее определения, в данной рекламе не указаны.

Исходя из анализа положений Федерального закона «О рекламе», целью рекламы является не просто продвижение соответствующего товара (работы, услуги), а доведение до потребителя всех необходимых сведений, способных вызвать у ее потребителя правильное (неискаженное) представление об объекте рекламирования. Закон не предъявляет требования указать всю существенную информацию, но обязывает формировать у ее потребителя правильное (достоверное) восприятие о соответствующей продукции (товаре, услуге). Недостаточная информированность потребителя обо всех условиях рекламируемого товара (работы, услуги), имеющая место в силу недобросовестного поведения организации, предоставляющей услуги или реализующей товар, приведет к неоправданным ожиданиям названного лица, прежде всего, в отношении сделки, которую он намерен заключить.

Указывая в рекламе срок предоставления кредита – 4 месяца, рекламодаделец привлекает внимание к финансовой услуге, предоставляемой ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк», вместе с тем информация о том, что размер суммы кредита тесно взаимосвязана с иными критериями: величиной процентной ставки, кредитной историей заемщика, размером расходов заемщика и иными вышеуказанными критериями, является существенной, и ее отсутствие в любом случае вводит потребителей в заблуждение относительно возможности получения кредита на 4 месяца и является нарушением ч.7 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Следовательно, указание иных условий оказания финансовой услуги (кредита), влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей.

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.

Пунктом 5 ст. 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее по тексту – Федеральный закон «О защите конкуренции») предусмотрено, что хозяйствующим субъектом является коммерческая организация, некоммерческая организация, осуществляющая деятельность, приносящую ей доход, индивидуальный предприниматель, иное физическое лицо, не зарегистрированное в качестве индивидуального предпринимателя, но осуществляющее профессиональную деятельность, приносящую доход, в соответствии с федеральными законами на основании государственной регистрации и (или) лицензии, а также в силу членства в саморегулируемой

организации.

Согласно статье 1 Федерального закона от 02.12.1990 N 395-1 "О банках и банковской деятельности" (далее Федеральный закон "О банках и банковской деятельности") под кредитной организацией понимается юридическое лицо, которое для извлечения прибыли как основной цели своей деятельности на основании специального разрешения (лицензии) Центрального банка Российской Федерации (Банка России) имеет право осуществлять банковские операции, предусмотренные настоящим Федеральным [законом](#). Банком является кредитная организация, которая имеет исключительное право осуществлять в совокупности следующие банковские операции: привлечение во вклады денежных средств физических и юридических лиц, размещение указанных средств от своего имени и за свой счет на условиях возвратности, платности, срочности, открытие и ведение банковских счетов физических и юридических лиц.

В соответствии со статьей 13 Федерального закона "О банках и банковской деятельности" осуществление банковских операций производится только на основании лицензии, выдаваемой Банком России.

Таким образом, правом на заключение кредитного договора обладает исключительно кредитная организация, имеющая соответствующую лицензию.

В соответствии с Федеральным законом "О банках и банковской деятельности" ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» выдана лицензия на осуществление банковских операций № 316 от 15.03.2012г.

Следовательно, ООО «<...>», как хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги, в силу [п. 6 ст. 4](#) Федерального закона «О защите конкуренции», является финансовой организацией, и на данного хозяйствующего субъекта распространяются требования статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Таким образом, спорная рекламная информация, размещенная в журнале «Каталог «ПОД КЛЮЧ Киров» за апрель 2015 г. № 67 (100) на странице 129 следующего содержания: «<...> умалчивает об иных условиях оказания соответствующей услуги, влияющих на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугой лица, а также не содержит необходимых условий, которые являются существенными, определяющими полную стоимость займа и влияющих на нее, и размещена с нарушением ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2 и ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

В рассматриваемой ситуации ИП <...>, являясь рекламодателем и рекламопроизводителем вышеуказанной рекламы, исходя из совокупности представленных документов, является также рекламодателем по смыслу Федерального закона «О рекламе» и несет ответственность за нарушение требований, установленных ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе», поэтому нарушение рекламного законодательства произошло по вине данного хозяйствующего субъекта.

Учитывая тот факт, что на момент принятия решения в материалах отсутствует документальное подтверждение устранения нарушения, Комиссия решила выдать Индивидуальному предпринимателю <...> предписание об устранении нарушения рекламного законодательства.

На основании ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Комиссия считает необходимым передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административном правонарушении.

Руководствуясь ст. 3, ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 ст. 33, ст. 36, ст. 38 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия,

Р Е Ш И Л А:

1. Признать рекламу в журнале «Каталог «ПОД КЛЮЧ Киров» за апрель 2015 г. № 67 (100) на странице 129 следующего содержания: *«Скидки до 20 % на всю корпусную мебель. Компания «Сонет» воплощает в жизнь индивидуальные дизайн-проекты, создавая красивую и практичную <...>, ненадлежащей, так как она противоречит части 7 статьи 5, пункту 2 части 2 статьи 28, части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».*

2. Признать в действиях Индивидуального предпринимателя <...> факт нарушения части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28, части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

3. Выдать Индивидуальному предпринимателю <...> предписание об устранении нарушения части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28, части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

4. Передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административном правонарушении.

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