

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел о нарушении законодательства о рекламе в составе: Председателя Комиссии – <...> <...> <...>

в отсутствие: заявителя: физического лица;

в отсутствие лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства – Общество с ограниченной ответственностью «Титан» (далее – ООО «Титан»);

рассмотрев дело № 26/04-2018р, возбужденного по признакам нарушения ООО «Титан» пункта 20 части 3 статьи 5, части 13 статьи 28 Федерального Закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе») при размещении на внешних стенах здания по адресу: г. Киров, <...> рекламной информации следующего содержания: «Комиссионный магазин <...>»,

УСТАНОВИЛА:

В Кировское УФАС поступило заявление физического лица (вх. № 874к от 06.02.2018) по вопросу нарушения, по мнению заявителя, рекламного законодательства при размещении на внешних стенах здания по адресу: г. Киров, <...>, рекламной информации следующего содержания: «Комиссионный магазин <...>», которая содержит признаки нарушения п. 20 ч. 3 ст. 5, ч. 13 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

Определением от 22.03.2018 г. Кировским УФАС России возбуждено дело № 26/04-2018р в отношении ООО «Титан». Рассмотрение дела назначено на 19.03.2018.

Определением от 19.03.2018 срок рассмотрения дела продлен. Рассмотрение назначено на 15.06.2018.

15.06.2018 в рассмотрении дела объявлен перерыв до 20.06.2018.

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

Согласно ст. 3 Федерального закон «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 на фасаде здания по адресу: г. Киров, <...> следующего содержания: «Комиссионный магазин <...>, полностью подпадает под определение, данное в статье 3 Федерального закона «О рекламе», поскольку

адресована неопределенному кругу лиц (пешеходам, водителям транспортных средств и т.д.), направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (финансовым услугам, предлагаемым ООО «Титан»), способствует формированию интереса к рекламируемым услугам и их продвижению на рынке, и является рекламой.

Согласно ч. 1 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускается.

Согласно п. 20 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

Вышеуказанная реклама, размещенная на фасаде здания по адресу: г. Киров, Октябрьский пр-т, дом 3, не соответствует требованиям п. 20 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», поскольку, предлагая услуги комиссионного магазина, продавец одновременно позиционирует себя как «Ломбард» («деньги всем!»), не обладая, при этом, фактически статусом ломбарда. Такая информация содержит не соответствующие действительности сведения о продавце рекламируемого товара и его статусе в качестве ломбарда, что подтверждается Выпиской из единого государственного реестра юридических лиц (ЕГРЮЛ), а также отсутствием ООО «Титан» в Государственном реестре ломбардов.

Требования статьи 28 Федерального закона «О рекламе» распространяются на рекламу финансовых услуг и финансовой деятельности. Соответственно для квалификации нарушения по указанной статье Федерального закона необходимо установить, что объектом рекламирования являются услуги либо деятельность, относящиеся к финансовым.

Согласно пункту 2 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» 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.

Пунктом 5 части 1 статьи 3 Федерального закона от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» установлено, что профессиональная деятельность по предоставлению потребительских займов - это деятельность юридического лица или индивидуального предпринимателя по предоставлению потребительских займов в денежной форме, осуществляемая за счет систематически привлекаемых на возвратной и платной основе денежных средств и (или) осуществляемая не менее чем четыре раза в течение одного года (кроме займов, предоставляемых работодателем работнику, и иных случаев, предусмотренных федеральным законом).

В соответствии с положениями пункта 2.2 части 1 статьи 2 Федерального закона от 02.07.2010 № 151-ФЗ «О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях» микрокредитная компания - вид микрофинансовой организации, осуществляющей микрофинансовую деятельность с учетом установленных частями 1 и 3 статьи 12 настоящего Федерального закона ограничений, имеющей право привлекать для осуществления такой деятельности денежные средства физических лиц, являющихся ее учредителями (участниками, акционерами), а

также юридических лиц.

В соответствии с пунктом 1 статьи 2 Федерального закона от 19.07.2007 № 196-ФЗ «О ломбардах» ломбардом является юридическое лицо – специализированная коммерческая организация, основными видами деятельности которой являются предоставление краткосрочных займов гражданам и хранение вещей.

Анализ указанных норм в совокупности с понятием финансовой услуги, установленной Федеральным законом «О защите конкуренции», позволяет сделать вывод о том, что оказываемые ломбардными организациями услуги по привлечению денежных средств (займы) являются финансовыми услугами.

Кроме того, согласно пункту 16 Информационного письма Президиума Высшего арбитражного суда Российской Федерации от 25.12.1998г. № 37 информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Таким образом, исходя из вышеуказанных нормативно определенных понятий, указанные в спорной рекламе услуги связаны с привлечением либо размещением денежных средств физических лиц, что позволяет идентифицировать их в качестве финансовых, на рекламу которых распространяются требования статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Согласно части 13 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» реклама услуг по предоставлению потребительских займов лицами, не осуществляющими профессиональную деятельность по предоставлению потребительских займов в соответствии с Федеральным [законом](#) "О потребительском кредите (займе)", не допускается.

Статьей 2 Федерального закона от 19.07.2007 № 196-ФЗ «О ломбардах» (далее – Федеральный закон «О ломбардах») установлены основные требования, предъявляемые к осуществляемой ломбардом деятельности.

В соответствии с пунктом 1 статьи 2 Федерального закона «О ломбардах» ломбардом является юридическое лицо – специализированная коммерческая организация, основными видами деятельности которой являются предоставление краткосрочных займов гражданам и хранение вещей.

В соответствии с ч. 4 ст. 2 Федерального закона "О ломбардах", ломбарду запрещается заниматься какой-либо иной предпринимательской деятельностью, кроме предоставления краткосрочных займов гражданам, хранения вещей, а также оказания консультационных и информационных услуг.

Согласно статье 358 Гражданского кодекса Российской Федерации от 30.11.1994 № 51-ФЗ принятие от граждан в залог движимых вещей, предназначенных для личного потребления, в обеспечение краткосрочных займов может осуществляться в качестве предпринимательской деятельности специализированными организациями – ломбардами.

Реклама об услугах организации с использованием словосочетания «Ломбард нового поколения», размещенная на фасаде здания по адресу: г. Киров, Октябрьский пр-т, дом 3, не соответствует требованиям части 13 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», поскольку, предлагая услуги компании,

продавец одновременно позиционирует себя как ломбард, посредством использования в рекламе слова «Ломбард», при этом, непосредственно не осуществляя ломбардную деятельность. Указанное обстоятельство подтверждается отсутствием ООО «Титан» в Государственном реестре ломбардов.

В ходе проверки установлено, что деятельность ООО «Титан» не отвечает требованиям, предъявляемым к ломбардам. Кроме того, ломбард по адресу: г. Киров, <...> не включен в государственный реестр ломбардов и не поднадзорен Банку России.

Таким образом, ООО «Титан», непосредственно не оказывая услуги по предоставлению краткосрочных займов и хранению вещей, необоснованно позиционирует себя как ломбард. Такая реклама дает основание потребителям полагать, что организация ООО «Титан» обладает статусом ломбарда, то есть имеет право осуществлять ломбардную деятельность, что не соответствует действительности и является нарушением требований ч. 13 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

Также стоит отметить, что указанная спорная информация была вынесена на рассмотрение Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Кировской области. Согласно данным протокола заседания Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Кировской области от 15.03.2018, члены Экспертного Совета единогласно пришли к мнению о том, что вышеуказанная информация является рекламой, которая по своему содержанию не является непристойной и оскорбительной. При этом члены Экспертного Совета отметили, что текст рекламной информации в сочетании с изображением молодого человека и денежных купюр формирует у потребителя впечатление, что рекламируемая организация осуществляет деятельность по выдаче денег, то есть «предоставляет вид услуги по выдаче займов». В состав Экспертного Совета при Кировском УФАС России входят представители органов местного самоуправления, научных организаций, общественных организаций, экспертов и специалистов в области лингвистики, психологии, журналистики, соответственно их мнение можно принять в качестве надлежащего доказательства наличия в рекламе объекта рекламирования – финансовой услуги (исходя из содержания фразы деньги всем).

С учетом названных обстоятельств и положений пункта 20 части 3 статьи 5, части 13 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» следует признать, что рассматриваемая реклама не отвечает требованиям данного закона.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение пункта 20 части 3 статьи 5, части 13 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель.

Согласно п. 5 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно п. 7 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель -

лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В ходе рассмотрения дела установлено следующее. Согласно информации, размещенной на двери помещения, расположенного по адресу: г. Киров, <...> лицом, осуществляющим деятельность по вышеуказанному адресу, является общество с ограниченной ответственностью «Титан» (ИНН: 4345461909, ОГРН: 1174350003046). Исходя из места, способа, формы распространения рекламной информации (на фасаде здания компании «Титан»), именно ООО «Титан» заинтересовано в привлечении внимания к объекту рекламирования и в размещении рекламы по вышеуказанному адресу.

Согласно письменным пояснениям ООО «Титан», спорная рекламная информация размещена ООО «Титан». Баннер изготовлен по заказу ООО «Титан» и размещен на фасаде г. Киров, <...>

На основании вышеизложенного, комиссия Кировского УФАС России приходит к выводу, что рекламодателем и рекламораспространителем спорной рекламы является ООО «Титан», которое несет ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 20 части 3 статьи 5, частью 13 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Таким образом, действия ООО «Титан», выразившиеся в определении содержания и распространении рекламы финансовых услуг: «Комиссионный магазин <...>, размещенной на фасаде здания по адресу: г. Киров, <...>, лицом, не осуществляющим профессиональную деятельность по предоставлению займов, в которой содержатся не соответствующие действительности сведения о продавце рекламируемого товара и его статусе в качестве ломбарда, пункта 20 части 3 статьи 5, части 13 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Порядок выдачи антимонопольным органом предписаний о прекращении нарушения требований законодательства Российской Федерации о рекламе установлен [Правилами](#) рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508 (далее - Правила).

Согласно [пункту 44](#) Правил при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Учитывая тот факт, что на момент принятия решения отсутствует документальное подтверждение устранения нарушения Федерального закона «О рекламе», Комиссия решила выдать рекламодателю – ООО «Титан» предписание об устранении нарушения рекламного законодательства.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 6 настоящей статьи, статьями 14.37, 14.38,

19.31 настоящего Кодекса, - 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.

Руководствуясь ст. 3, п.20 ч. 3 ст. 5, ч. 13 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, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, размещенную на фасаде здания по адресу: г. Киров, Октябрьский пр-т, дом 3, следующего содержания: «Комиссионный магазин <...>», которая не соответствует требованиям пункта 20 части 3 статьи 5, части 13 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. ООО «Титан» (ИНН 4345461909, ОГРН 1174350003046) выдать предписание об устранении нарушения пункта 20 части 3 статьи 5, части 13 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

3. Передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ООО «Титан» (ИНН 4345461909, ОГРН 1174350003046), должностного лица ООО «Титан».

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, в суд общей юрисдикции в порядке, предусмотренном ст. 131 Гражданского процессуального кодекса Российской Федерации.