

РЕШЕНИЕ

по делу № 055/05/28-982/2021

26 октября 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 в составе:

председатель Комиссии – <...>, врио заместителя руководителя Омского УФАС России,

члены Комиссии: <...>,

рассмотрев дело № 055/05/28-982/2021 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения индивидуальным предпринимателем <...> (ИНН <...>, ОГРНИП <...>, далее – ИП <...>) рекламы, нарушающей требования частей 13 и 14 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в отсутствие ИП <...> (ходатайство от 26.10.2021 вх. № 10415)

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе 30.08.2021 Омским УФАС России был выявлен факт распространения на фасаде здания № 246 по ул. Герцена в г. Омске рекламы следующего содержания: «ЛОМБАРДИЯ комиссионный магазин 0,1 % в день до 60 дней высокая оценка без штрафов частичный выкуп».

Кроме того у входа в указанный комиссионный магазин установлен штендер, на котором размещена следующая информация: «ЛОМБАРДИЯ КОМИССИОННЫЙ МАГАЗИН

·Без штрафов

·Перерасчет на каждый день

·Частичное погашение

ВЫСОКАЯ ОЦЕНКА

Деньги под залог:

·Золото

·Бытовая электроника

ОТ 0,2% В ДЕНЬ ул. Герцена 246 10:00-20:00 без выходных 502-644».

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.

В силу пункта 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» **объектом рекламирования** является 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.

Согласно пункту 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» **товар** - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками – распространена в адрес неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

При этом указанные в рекламе условия: «0,1 % в день», «от 0,2% в день», «До 60 дней», «Высокая оценка», «Без штрафов», «Частичный выкуп» воспринимаются потребителями именно как условия предоставления займов. Более того, в рекламе, распространенной на стендере, имеется четкое указание на возможность получения денежных средств под залог золота и бытовой техники – «Деньги под залог: ·Золото ·Бытовая электроника». Таким образом, объектом рекламирования в рассматриваемом случае является не только комиссионный магазин «ЛОМБАРДИЯ», но и оказываемые им услуги, в том числе по предоставлению займов.

В пункте 5 части 1 статьи 3 Федерального закон от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» (далее - Федеральный закон «О потребительском кредите (займе)») установлено, что **профессиональная деятельность по предоставлению потребительских займов** - деятельность юридического лица или индивидуального предпринимателя по предоставлению потребительских займов в денежной форме (кроме займов, предоставляемых работодателем работнику, займов, предоставляемых физическим лицам, являющимся учредителями (участниками) или аффилированными лицами коммерческой организации, предоставляющей заем, займов, предоставляемых брокером клиенту для совершения сделок купли-продажи ценных бумаг, и иных случаев, предусмотренных федеральным законом).

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 (далее - договор потребительского кредита (займа), в том числе с лимитом кредитования (пункт 1 части 1 статьи 3 Федерального закона «О потребительском кредите (займе)»).

В силу статьи 1 Федерального закона от 02.12.1990 года № 395-1 «О банках и банковской деятельности» **кредитная организация** - 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. Кредитная организация образуется на основе любой формы собственности как хозяйственное общество.

В соответствии со статьей 4 Федерального закона «О потребительском кредите (займе)» профессиональная деятельность по предоставлению потребительских займов осуществляется кредитными организациями, а также некредитными финансовыми организациями в случаях, определенных федеральными законами об их деятельности (Федеральным законом от 02.07.2010 № 151-ФЗ «О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях», Федеральным законом от 19.07.2007 № 196-ФЗ «О ломбардах», Федеральным законом от 18.07.2009 № 190-ФЗ «О кредитной кооперации», Федеральным законом от 08.12.1995 № 193-ФЗ «О сельскохозяйственной кооперации»).

Использование в вышеуказанной рекламе таких слов, как «деньги под залог...» дает основание потребителям полагать, что хозяйствующий субъект, разместивший рекламу,

осуществляет деятельность, отнесенную к **ломбардам**.

В соответствии с частью 1 статьи 2 Федерального закона от 19.07.2007 № 196-ФЗ «О ломбардах» (далее – Федеральный закон «О ломбардах»), **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.

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

При этом в силу 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**.

Кроме того, на основании части 14 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», если оказание банковских, страховых и иных финансовых услуг или осуществление финансовой деятельности может осуществляться только лицами, имеющими соответствующие лицензии, разрешения, аккредитации либо включенными в соответствующий реестр или являющимися членами соответствующих саморегулируемых организаций, реклама указанных услуг или деятельности, оказываемых либо осуществляемой лицами, не соответствующими таким требованиям, **не допускается**.

Вместе с тем, информация в отношении ИП <...> в государственном реестре ломбардов, размещенных на официальном сайте Центрального банка Российской Федерации <https://cbr.ru> **отсутствуют**.

Таким образом, правом заниматься профессиональной деятельностью по предоставлению потребительских займов наделен ограниченный круг лиц, указанных выше, к которым ИП <...> не относится.

На запрос Омского УФАС России ИП <...> была представлена информация, согласно которой «...«0,2% в день» означает, что мы удерживаем комиссионное вознаграждение от продажи товаров.

«Без штрафов» - если продать товар нам не получается, то товар возвращаем и ничего не берем, т.е. нам ничего не оплачивают.

«Частичное погашение» - если у покупателя нет возможности приобрести сразу товар, тогда он может оформить рассрочку и частично выкупить.

«Высокая оценка» - товары мы покупаем дорого, т.е. даем максимальную сумму относительно наших конкурентов.

По поводу штендера могу пояснить следующее, что он не мой, когда я купил данную торговую точку, штендер с информацией уже был, на данный момент я его убрал».

Вместе с тем, довод индивидуального предпринимателя <...> в части того, что штендер установленный у входа в комиссионный магазин не принадлежит предпринимателю, является несостоятельным, так как по информации оператора связи абонентский **номер 502-644, указанный в рекламе, размещенной на штендере**, был подключен как дополнительный городской номер к абонентскому номеру <...>, который **выделен** по договору оказания услуг

связи б/н от 22.06.2015 абоненту - <...>.

Более того, как было указано ранее, объектом рекламирования является комиссионный магазин «ЛОМБАРДИЯ» который, в том числе выдает деньги под залог определенного имущества.

Исходя из содержания рекламы, данная реклама направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования именно потребителей, которые в свою очередь являются менее защищенной категорией, спорная реклама сформирована таким образом, что у потребителя, ознакомившегося с данной рекламой, создается впечатление о том, что объектом рекламирования является именно услуга по предоставлению денежных средств (заем) и возможность их получения у рекламодателя

По определению (пункт 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») **ненадлежащая** реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В силу пункта 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Исходя из определений, данных в пунктах 5 и 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», ИП <...> является и рекламодателем, и рекламодателем.

Согласно части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частями 13 и 14 статьей 28 Федерального закона «О рекламе».

Рассмотрев материалы дела, Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу о нарушении ИП <...> требований частей 13 и 14 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» при распространении рекламы на фасаде здания № 246 по ул. Герцена в г. Омске, а также на штендере, установленном у входа в комиссионный магазин.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы, в целях обеспечения реализации права потребителя на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства о рекламе.

Согласно пункту 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922, 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 Федерального закона «О рекламе».

Учитывая, что у Омского УФАС России на момент рассмотрения настоящего дела отсутствуют доказательства, подтверждающие устранение нарушения в добровольном порядке, Комиссией Омского УФАС России принято решение о необходимости выдачи ИП <...> предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации 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 распространенную ИП <...> (ИНН <...>, ОГРНИП <...>) 30.08.2021 рекламу «ЛОМБАРДИЯ КОМИССИОННЫЙ МАГАЗИН 0,1 % в день до 60 дней высокая оценка без штрафов частичный выкуп» на фасаде здания № 246 по ул. Герцена в г. Омске, а также рекламу «ЛОМБАРДИЯ КОМИССИОННЫЙ МАГАЗИН Без штрафов Перерасчет на каждый день Частичное погашение ВЫСОКАЯ ОЦЕНКА Деньги под залог: Золото Бытовая электроника ОТ 0,2% В ДЕНЬ ул. Герцена 246 10:00-20:00 без выходных 502-644», размещенную на штендере, установленном у входа в комиссионный магазин, расположенный по вышеуказанному адресу, ненадлежащей, нарушающей требования частей 13 и 14 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ИП <...> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

Решение изготовлено в полном объеме 26 октября 2021 года.

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

Председатель Комиссии<...>

Члены Комиссии: <...>

ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе

по делу № 055/05/28-982/2021

26 октября 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 в составе:

председатель Комиссии – <...>, врио заместителя руководителя Омского УФАС России,

члены Комиссии: <...>,

на основании своего решения от 26.10.2021 по делу № 055/05/28-982/2021 о признании рекламы, распространенной индивидуальным предпринимателем <...> (ИНН <...>, ОГРНИП <...>), далее – ИП <...>), ненадлежащей, нарушающей требования частей 13 и 14 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о

рекламе, пунктом 3.56.1 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ИП <...> (ИНН <...>, ОГРНИП <...>) в срок **до 23 ноября 2021 года** прекратить распространение ненадлежащей рекламы, нарушающей требования частей 13 и 14 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. ИП <...> представить в Омское УФАС России доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания в срок **до 26 ноября 2021 года**.

*В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Омское УФАС России вправе в соответствии с **частью 2.4 статьи 19.5** Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.*

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

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии: <...>