

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 3-01/13-2016

юль 2016 года

г. Пенза, ул. Урицкого, 127

Резолютивная часть решения объявлена 14 июля 2016 года.

Сессия Пензенского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

рассмотрев дело № 3-01/13-2016, возбужденное в отношении «xxx», по признакам нарушения части 7 статьи 5; пункта 2 части 2, части 3 статьи 28 Федерального закона от 18.06.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе»),

УСТАНОВИЛА:

в целях осуществления государственного контроля за соблюдением законодательства о рекламе, отделом контроля органов власти и рекламы установлено следующее.

в городе Пензе в июне 2016 года на стене павильона остановки общественного транспорта: «Центральный рынок» размещено рекламное объявление ООО МФО «Экспресс-Фонд» с указанием одного из условий предоставления займа - % ставка.

Пензенским УФАС России определением от 17.06.2016 по факту распространения информации о предоставлении займов, размещенной на стене павильона остановки общественного транспорта, возбуждено дело № 3-01/13-2016 по признакам нарушения части 7 статьи 5; пункта 2 части 2, части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе». К участию в деле привлечены лица, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечено «xxx».

При рассмотрении дела представитель «xxx» согласилась с тем, что в рекламе по предоставлению займов, размещенной на стене павильона остановки общественного транспорта: «Центральный рынок», отсутствует срок и сумма, на который выдается займ.

В представленные документы, заслушав пояснения лиц, участвующих в рассмотрении дела, Комиссия пришла к следующему выводу.

в городе Пензе в июне 2016 года на стене павильона остановки общественного

спорта: «Центральный рынок» размещена информация следующего содержания: бги на срочные нужды? Гарантировано быстро комфортно. ОТ 0,8% В ДЕНЬ! Данное вление не является публичной офертой. ООО «ххх» зарегистрирована в гос.реестре) №ххх ПСК от 295 процентов до 730 процентов годовых. ТЦ «Муравейник», 1 этаж ?)30-85-88 8-963-099-00-90» (с изображением пенсионного удостоверения).

ответствии со статьёй 3 ФЗ «О рекламе» рекламой является информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке; объект рекламирования – 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 – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот; недлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

и словами, информация, признаваемая рекламой, должна удовлетворять следующим условиям, а именно:

назначаться для неопределенного круга лиц;

привлекать, формировать и поддерживать интерес к объекту рекламирования;

способствовать продвижению объекта рекламирования (товара) на рынке (т.е. способствовать покупке товара или воспользованию услугой).

неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны отношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования.

Согласно пункту 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» объект рекламирования – 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.

Способностью любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту продвижения его на рынке и закрепить его образ в памяти потребителя.

Указанная информация о предоставлении займа, размещенная на стене автобуса остановки общественного транспорта, содержит все определяющие признаки рекламы, позволяющие квалифицировать ее именно в этом качестве. Отличить от информации нерекламного характера: предназначена для определенного круга лиц (потенциальным клиентам-заемщикам); преследует строго определенные цели информирования: формирует и поддерживает интерес к объектам рекламирования (получению займа) и способствует их продвижению на рынке. Логичных услуг (по своему характеру разовым предложением не является), следовательно, является рекламой.

Указанная реклама содержит информацию об оказании услуг по предоставлению

1а ООО «xxx».

1) «xxx» включена в государственный реестр микрофинансовых организаций xxx, регистрационный № записи xxx.

2) на образ, ООО «xxx» является финансовой организацией, рекламирующей в соответствующем случае финансовую услугу по предоставлению займов.

3) требования к рекламе установлены в статье 5 ФЗ «О рекламе», в которой предусмотрено, что реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

4) в соответствии с частью 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует существенная информация о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и создается в заблуждение потребителя рекламы.

5) в соответствии с пунктом 2 части 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают пользователи услуг, или на сумму расходов, которую понесут пользователи услуг, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

6) в соответствии с частью 3 статьи 28 ФЗ «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 «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее.

7) в результате анализа положений ФЗ «О рекламе» следует, что требование статьи 28 ФЗ «О рекламе» следует применять в совокупности и взаимосвязи с частью 7 статьи 5 данного закона.

8) указанные нормы приняты в интересах потребителя, с целью формирования у него правильного (неискаженного и относительно полного) представления о рекламируемом товаре (услуге).

9) в соответствии с частью 2 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 N 135-ФЗ "О защите конкуренции" к финансовым услугам относятся банковские услуги, страховые услуги, услуги на рынке ценных бумаг, услуги по договору лизинга, а также услуги, оказываемые финансовыми организациями и связанные с привлечением и (или) размещением денежных средств юридических и физических лиц.

10) согласно пункту 6 указанного выше Закона финансовая организация - это юридическое лицо, осуществляющее следующие виды деятельности: оказывающий финансовые услуги, - кредитная организация, профессиональный участник рынка ценных бумаг, организатор торговли, клиринговая организация, микрофинансовая организация, кредитный потребительский кооператив, страховая организация, страховой брокер, общество взаимного страхования, государственный пенсионный фонд, управляющая компания инвестиционных фондов, паевых инвестиционных фондов, негосударственных пенсионных фондов, специализированный депозитарий инвестиционных фондов, паевых инвестиционных

ов, негосударственных пенсионных фондов, ломбард (финансовая организация, адзорная Центральному банку Российской Федерации), лизинговая компания (иная финансовая организация, финансовая организация, не поднадзорная Центральному у Российской Федерации).

зделение микрофинансовой организации содержится в пункте 2 части 1 статьи 2 эдального закона от 02.07.2010 N 151-ФЗ "О микрофинансовой деятельности и юфинансовых организациях", а именно: микрофинансовая организация - дическое лицо, зарегистрированное в форме фонда, автономной некоммерческой низации, учреждения (за исключением казенного учреждения), некоммерческого нерства, хозяйственного общества или товарищества, осуществляющее юфинансовую деятельность и внесенное в государственный реестр юфинансовых организаций в порядке, предусмотренном настоящим Федеральным ном.

у части 1 статьи 5 указанного выше закона юридическое лицо, зарегистрированное зме фонда, автономной некоммерческой организации, учреждения (за ючением казенного учреждения), некоммерческого партнерства, хозяйственного зства или товарищества, приобретает статус микрофинансовой организации со знесения сведений о нем в государственный реестр микрофинансовых организаций ачивает статус микрофинансовой организации со дня исключения указанных ений из этого реестра.

было указано выше, ООО «xxx» включена в государственный реестр юфинансовых организаций xxx.

м образом, ООО «xxx», являясь микрофинансовой организацией, оказывает инсовые услуги. В связи с этим реклама его услуг должна соответствовать как м требованиям, предъявляемым к рекламе, так и положениям статьи 28 ФЗ «О аме», устанавливающей специальные требования к рекламе финансовых услуг.

кламе ООО «xxx» содержится информация о предоставлении займов «от 0,8% в » без указания иных существенных условий, влияющих на сумму расходов, новленных Общими условиями предоставления займа.

асно пункту 9, 10 Условий предоставления займа, сумма займа - от 3000 до 30000 ей, сроки возврата микрозайма – от 1 до 16 дней.

ание в рекламе «от 0,8% в день» является неполной информацией, поскольку не щается на какой срок и на какую сумму выдается займ, следовательно, подача рмации в таком виде может ввести потребителей рекламы в заблуждение.

ые существенные условия, как срок и сумма, на который выдается займ, в амном объявлении не отражены.

м образом, в рекламе финансовых услуг о предоставлении займов указана только з условий ее оказания. В рекламе не содержится существенной информации об условиях предоставления услуги, влияющих на стоимость займа.

е того, указание в рекламе процентной ставки по займу (от 0,8% в день) в отсутствие рмации о сроке и сумме, за который она применяется, нарушает требования пункта ти 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе», который предусматривает, что реклама финансовых г не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг,

ющих на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий, а также нарушением части 3 и 28 ФЗ «О рекламе», согласно которой 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.

включение в текст рекламы телефонов компании для уточнения подробностей о рекламируемой финансовой услуге не может свидетельствовать о соблюдении ООО «Резервный Фонд» требования законодательства о размещении в рекламе достоверной информации, отсутствие которой способно ввести потребителя в заблуждение относительно рекламируемой услуги.

Например, реклама ООО МФО «Резервный Фонд», размещенная в городе Пензе в августе 2016 года на стене павильона остановки общественного транспорта: «Центральный вокзал», нарушает требования части 7 статьи 5; пункта 2 части 2, части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

Согласно пункту 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение законодательных актов, установленных частями 2-8 статьи 5, статьей 28 законодательства Российской Федерации о рекламе несет рекламодатель.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодатель – это изготовитель товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) размещение рекламы лицо.

Данные по делу доказательства и установленные обстоятельства свидетельствуют о том, что нарушение законодательства о рекламе в данном случае содержится в действиях лица, распространившего рассматриваемую рекламу, т.е. ее рекламодателя ООО «xxx».

Исходя из вышеизложенного и основываясь на фактических обстоятельствах дела, арбитражный суд пришел к выводу, что ООО «xxx» нарушило требования части 7 статьи 5; пункта 2, части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

Согласно статье 1 Закона о рекламе, целями данного закона являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

В соответствии с пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, 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

прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Сей 33 Закона о рекламе предусмотрены полномочия антимонопольного органа на осуществление государственного надзора в сфере рекламы, в частности, выдавать рекламодателям, рекламораспространителям, рекламопроизводителям обязательные исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Момент рассмотрения дела Комиссии Пензенского УФАС России доказательств нарушения требований части 7 статьи 5; пункта 2 части 2, части 3 статьи 28 «О рекламе» ООО «xxx» представлено не было.

Согласно с чем Комиссия Пензенского УФАС России считает целесообразным выдать рекламодателю предписания о прекращении нарушения требований законодательства о рекламе.

Согласно части 4 статьи 38 ФЗ «О рекламе» нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе от 17.08.2006 № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу: «Деньги на срочные нужды? Гарантировано быстро и срочно. ОТ 0,8% В ДЕНЬ! Данное объявление не является публичной офертой. ООО «xxx» зарегистрирована в гос.реестре ПСК от 295 процентов до 730 процентов годовых. ТЦ «Завейник», 1 этаж (8412)30-85-88 8-963-099-00-90» (с изображением пенсионного удостоверения), распространяемую ООО «xxx» в городе Пензе в июне 2016 года на территории павильона остановки общественного транспорта: «Центральный рынок», поскольку нарушены требования части 7 статьи 5; пункта 2 части 2, части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО «xxx» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Пензенского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 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.

Решение изготовлено в полном объеме 14 июля 2016 года.

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