

РЕШЕНИЕ

Дата оглашения решения: 15.09.2015 г.

Дата изготовления решения: 03.11.2015 г.

г. Кострома

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Костромской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии <***> - руководитель управления,

Члены Комиссии: <***> – руководитель управления - начальник отдела контроля в сфере закупок, торговли и рекламы; <***> - главный специалист-эксперт управления,

рассмотрев материалы дела №07-01/01 по признакам нарушения Обществом с ограниченной ответственностью «Ярмарка» (ИНН 4401148026, ОГРН 1134401015440, 156000, г. Кострома, ул. Ленина, д. 10) (далее – ООО «Ярмарка») п. 2 ч. 3, ч. 7 ст. 5, ст. 13 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в присутствии представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО «Ярмарка», <***> (по доверенности от 27.03.2015 г.);

в отсутствие заявителя, уведомленного надлежащим образом,

УСТАНОВИЛА:

Костромским УФАС России (далее - Управление) в ходе рассмотрения заявления гр. <***> (вх. №996 от 16.03.2015 г.) было установлено следующее:

в номере 3(639) от 30 января 2015 года еженедельной рекламной газеты «Костромская ярмарка» на стр. №13 Некоммерческой организацией кредитный потребительский кооператив «Народная финансовая компания» был размещен рекламный модуль с текстовым содержанием «НФК Народная финансовая компания кредитный потребительский кооператив. Ленина, 10. (4942)499-575. Акция с 1.12.14 по 31.01.15 20% 18 месяцев; 17% 9 месяцев; 15% 6 месяцев. Условия проведения акции. Заключается договор займа. На все договоры, заключенные в период проведения акции, действует следующие условия: минимальная сумма принимаемых личных сбережений 15 000 рублей. Проценты выплачиваются по окончании срока договора. Частичное снятие не предусмотрено. Ежемесячной капитализации нет, при заключении договора на 18 месяцев – 20% годовых, на 9 месяцев – 17% годовых, на 6 месяцев – 15% годовых. Полные подробные условия проведения акции по телефону 499-575. Реклама. Не является офертой. НО КПК «Народная финансовая компания». Является членом НП СРО «Содействие».

Свидетельство в реестре №310 от 20.10.2014»;

в номере 3(639) от 30 января 2015 года еженедельной рекламной газеты «Костромская ярмарка» на стр. №1 Кредитным потребительским кооперативом «Экспресс-займ» был размещен рекламный модуль с текстовым содержанием «Кредитный потребительский кооператив Экспресс-займ - Принимаем сбережения; - Займы для всех: - на любые цели; - нужен только паспорт <...> минут. – Займ на покупку автомобиля. Рассмотрим ваши заявки по телефону 63-01-01. КПК «Экспресс-займ», является членом СРО свидетельство №236 от 19.12.2011. Не является публичной офертой»;

в номере 3(639) от 30 января 2015 года еженедельной рекламной газеты «Костромская ярмарка» на стр. 16 был размещен рекламный модуль с текстовым содержанием «МаксиДом» Межкомнатные двери. Раздвижные двери. Окна. Жалюзи. Балконы. Обшивка. А так же! Теплицы и беседки. Кредит ООО «Нанта-кредит-запад». Рассрочка 0%* до 3-х мес. *предоставляется ИП Ловушкина. Тел. 41-36-36, 41-30-11. Г. Кострома, ул. Волжская 16 (м-н Черноречье, напротив к-та Россия)»;

в номере 2(638) от 23 января 2015 года еженедельной рекламной газеты «Костромская ярмарка» на стр. 7 был размещен рекламный модуль с текстовым содержанием «♥LOVE 103.1 FM. Выиграй билеты в эфире Love Radio Кострома на главное танцевальное событие в день всех влюбленных. Подробности акции vk.com/love_radio_kostroma и K1NEWS.RU. Винтаж Дима Билан Елка SWANKY TUNES DJ SMASH Ньюша Банд 'эрос Тимати IOWA Егор Крид. 14 февраля Олимпийский. BIG LOVE SHOW. Организатор акции: ООО «Радио-прима». Подробные условия акции, сроки проведения, количество призов, место и время их выдачи смотреть vk.com/love_radio_kostroma».

В соответствии с п. 1 ст. 3 Закона о рекламе реклама – информация, распространенная 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.

Таким образом, квалифицирующими признаками рекламы являются:

- информативный характер;
- направленность от субъекта рекламного сообщения к адресату - неопределенному кругу лиц;
- цель рекламного сообщения - привлечение внимания к объекту рекламирования с целью его продвижения на рынке.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе объект рекламирования – товар, средство индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятия (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Вышеуказанная информация содержит все правовые признаки рекламы:

- распространена при помощи средства массовой информации, а именно в газете «Костромская ярмарка» №2(638) от 23 января 2015 года и №3(639) от 30 января 2015 года;

- адресована неопределенному кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования: КПК «Экспресс-займ» и его услугах по привлечению сбережений граждан и предоставлению займов; НО КПК «НФК» и его услугам по привлечению личных сбережений граждан, компании «Максидом» и его услугам, LOVE RADIO Кострома и проводимой им акции ко дню всех влюбленных.

Согласно ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Из выходных данных газеты «Костромская ярмарка», номер <...> (638) от 23 января 2015 года и №3(639) от 30 января 2015 года следует, что издателем газеты является ООО «Ярмарка».

Таким образом, рекламодателем указанной выше рекламы в газете «Костромская ярмарка» является ООО «Ярмарка».

Согласно данным из ЕГРЮЛ, место нахождения ООО «Ярмарка», рекламодателя рассматриваемой рекламы: 156000, г. Кострома, ул. Ленина, д. 10, ИНН 4401148026, ОГРН 1134401015440.

11.06.2015 года в отношении ООО «Ярмарка» вынесено определение о возбуждении дела №07-01/01 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. Рассмотрение дела назначено на 23.06.2015 года на 15 часов 00 минут.

ООО «Ярмарка» было привлечено к участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения п. 2 ч. 3, ч. 7 ст. 5, ст. 13 Закона о рекламе, поскольку он выступает в роли рекламодателя.

В связи с необходимостью всестороннего, полного и объективного выяснения всех обстоятельств и учитывая, что в срок, установленный абзацем 1 пункта 27 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, получение дополнительных документов, сведений невозможен, удовлетворяя ходатайство, полученное от ООО «Ярмарка» (вх. №2281 от 23.06.2015) о переносе рассмотрения дела, срок рассмотрения дела был продлен до 11.08.2015 года (определение о продлении срока рассмотрения дела № ВД 07-01/01 от 23.06.2015 г.).

В связи с необходимостью получения дополнительных доказательств и материалов по делу в связи с необходимостью всестороннего, полного и объективного выяснения всех обстоятельств по делу, рассмотрение дела было отложено (определение об отложении рассмотрения дела № ВД 07-01/01 от 24.07.2015 г.)

В связи с необходимостью всестороннего, полного и объективного выяснения всех

обстоятельств и учитывая, что в срок, установленный абзацем 1 пункта 27 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, получение дополнительных документов, сведений невозможен, удовлетворяя устное ходатайство, полученное представителем от ООО «Ярмарка», срок рассмотрения дела был продлен до 11.10.2015 года (определение о продлении срока рассмотрения дела № ВД 07-01/01 от 21.08.2015 г.).

Согласно объяснениям представителя ООО «Ярмарка», присутствующего на рассмотрении дела и документам, представленным в дело, следует:

- Общество с ограниченной ответственностью «Ярмарка» зарегистрировано в качестве юридического лица 31.12.2013 г. за основным государственным регистрационным номером 1134401015440 Инспекцией ФНС по г. Костроме;

- периодическое печатное издание газета «Костромская ярмарка» зарегистрирована в качестве СМИ согласно свидетельства ПИ №ТУ44-00246 02.04.2014 г.;

- учредителем и издателем газеты «Костромская ярмарка» является ООО «Ярмарка»;

- согласно выписке из ЕГРЮЛ основным видом деятельности ООО «Ярмарка» является издание газет;

- устав редакции газеты «Костромская ярмарка» утвержден генеральным директором ООО «Ярмарка» <***> 05.04.2014 года;

- заместителем генерального директора и главным редактором газеты «Костромская ярмарка» является <***> (согласно приказа о назначении на должность, трудового договора);

- указанные рекламные объявления ООО «Ярмарка» размещало в газете «Костромская ярмарка»;

- рекламодателем рекламного модуля НО КПК «НФК» является НО КПК «НФК» на основании договора №* от <***> года, согласованная заявка на опубликование рекламы от 30.01.2015 года с приложением макета рекламного модуля, оказанные газетой услуги были приняты в полном объеме согласно акта выполненных работ №* от 30.01.2015 года, реклама публиковалась 30.01.2015 года ;

- рекламодателем рекламного модуля КПК «Экспресс-займ» является КПК «Экспресс-займ» на основании договора №* от <***> года, согласованная заявка на опубликование рекламы с приложением макета рекламного модуля, оказанные газетой услуги были приняты в полном объеме согласно акта выполненных работ №* от 30.01.2015 года, реклама публиковалась 16.01.2015, 23.01.2015, 30.01.2015 года;

- рекламодателем рекламного модуля компании «МаксиДом» является ИП <***> на основании договора №* от <***> года, согласованная заявка на опубликование рекламы от 12.01.2015 года с приложением макета рекламного модуля, оказанные

газетой услуги были приняты в полном объеме согласно акта выполненных работ №* от 30.01.2015 года и оплачены согласно квитанции к приходному кассовому ордеру №* от 30.01.2015 года, реклама публиковалась 16.01.2015, 23.01.2015, 30.01.2015 года;

- рекламодателем рекламного модуля компании LOVE RADIO Кострома является ООО «Радио Прима» на основании договора №* от <***> года, согласованная заявка на опубликование рекламы от 20.01.2015 года с приложением макета рекламного модуля, оказанные газетой услуги были приняты в полном объеме согласно акта выполненных работ №* от 23.01.2015 года, реклама публиковалась 23.01.2015 года.

Комиссия, рассмотрев материалы дела, пришла к следующим выводам.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе объект рекламирования – товар, средство индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятия (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Объектами рекламирования в рассматриваемой рекламном модуле НО КПК «НФК» является НО КПК «НФК» и его услуги по привлечению личных сбережений граждан.

В соответствии с ч. 1 ст. 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Из смысла текста доступного для потребителей рассматриваемой рекламы следует, что Некоммерческая организация кредитный потребительский кооператив «Народная финансовая компания» оказывает финансовые услуги (прием у неопределенного круга лиц личных сбережений под проценты путем оформления договора займа) без вступления в кооператив и уплаты обязательного паевого взноса.

Однако, часть 1 ст. 3 Федерального закона от 18.07.2009 №190-ФЗ (ред. от 29.06.2015) «О кредитной кооперации» (далее – Закон о кредитной кооперации) устанавливает: кредитный кооператив является некоммерческой организацией. Деятельность кредитного кооператива состоит в организации финансовой взаимопомощи членов кредитного кооператива (пайщиков) посредством:

1) объединения паенакоплений (паев) и привлечения денежных средств членов кредитного кооператива (пайщиков) и иных денежных средств в порядке, определенном настоящим Федеральным законом, иными федеральными законами и уставом кредитного кооператива;

2) размещения указанных в пункте 1 настоящей части денежных средств путем предоставления займов членам кредитного кооператива (пайщикам) для удовлетворения их финансовых потребностей.

Согласно п. 1 ч. 1 ст. 6 Закона о кредитной кооперации Кредитный кооператив не вправе предоставлять займы лицам, не являющимся членами кредитного

кооператива (пайщиками).

Частями 2 и 3 ст. 11 Закона о кредитной кооперации определено, что заявление о приеме в члены кредитного кооператива (пайщики) подается в письменной форме в правление кредитного кооператива. В указанном заявлении должно содержаться обязательство соблюдать устав кредитного кооператива. Членство в кредитном кооперативе возникает на основании решения правления кредитного кооператива со дня внесения соответствующей записи в реестр членов кредитного кооператива (пайщиков). Такая запись в реестр членов кредитного кооператива (пайщиков) вносится после уплаты обязательного паевого взноса, а также после уплаты вступительного взноса в случае, если внесение вступительного взноса предусмотрено уставом кредитного кооператива.

Из смысла ч. 1 ст. 4 Закона о кредитной кооперации вытекает, что кредитный кооператив привлекает денежные средства своих членов на основании:

Договоров займа, заключаемых с юридическими лицами;

Договоров передачи личных сбережений, заключаемых с физическими лицами.

Таким образом, Некоммерческая организация Кредитный потребительский кооператив «Народная финансовая компания» может привлекать денежные средства только членов кооператива – пайщиков путем заключения договоров передачи личных сбережений.

Отсутствие информации является препятствием к осуществлению законных прав потребителя. Поэтому Закон о рекламе прямо требует обеспечения потребителей информацией, которая необходима для реализации предоставленных возможностей.

Так, согласно Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», рассматривая дела о привлечении лиц к ответственности за размещение рекламы, в которой отсутствует часть необходимой информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования надлежит учитывать следующее: оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

В соответствии со статьей 10 Закона Российской Федерации от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 13.07.2015) «О защите прав потребителей» изготовитель (исполнитель, продавец) обязан своевременно предоставлять потребителю необходимую и достоверную информацию о товарах (работах, услугах), обеспечивающую возможность их правильного выбора. Право на предоставление информации о товаре (работе или услуге) является одним из важнейших прав потребителя, причем потребитель должен обладать ею еще до заключения договора, поскольку именно это позволяет ему сделать правильный компетентный выбор соответствующего товара (работы или услуги) на рынке.

На основании вышеизложенного, рекламодатель при размещении рассматриваемой рекламы не указал часть существенной информации о рекламируемой услуге (воспользоваться рекламируемыми услугами могут только те лица, которые станут членами кооператива либо лица, уже фактически

являющиеся таковыми с уплатой обязательных взносов), в связи с чем потребители были лишены возможности получения указанной информации, что приводит к искажению смысла информации, тем самым нарушил требования ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе, согласно которой 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.

Согласно п. 2 ч. 3 ст. 5 недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

В рекламном модуле внимание потребителей привлекается к оказанию кооперативом услуг по приему личных сбережений от граждан на основании заключения договора займа.

Согласно статьи 807 Гражданского кодекса российской Федерации (далее – ГК РФ) по договору займа одна сторона (займодавец) передает в собственность другой стороне (заемщику) деньги или другие вещи, определенные родовыми признаками, а заемщик обязуется возвратить займодавцу такую же сумму денег (сумму займа) или равное количество других полученных им вещей того же рода и качества.

Договор займа считается заключенным с момента передачи денег или других вещей.

Заемщик - юридическое лицо вправе привлекать денежные средства граждан в виде займа под проценты путем публичной оферты либо предложения делать оферту, направленному неопределенному кругу лиц, если законом ему предоставлено право на привлечение денежных средств граждан.

Законом определено, что кредитный потребительский кооператив имеет право привлекать личные сбережения своих членов, однако, статья 4 Закона о кредитной кооперации устанавливает, что кредитный кооператив привлекает денежные средства своих членов на основании договоров передачи личных сбережений, заключаемых с физическими лицами.

Статьей 30 Закона о кредитной кооперации определено, что кредитные кооперативы, членами которых являются физические лица, вправе привлекать денежные средства указанных лиц на основании договора передачи личных сбережений. Условия договора передачи личных сбережений определяются положением о порядке и об условиях привлечения денежных средств членов кредитного кооператива (п. 2.1 Положения о порядке и об условиях привлечения личных сбережений пайщиков НО КПК «НФК» от 27.06.2014 г.).

Одновременно, указание в размещенном рекламном модуле на то, что данное рекламное сообщение не является публичной офертой, вводит возможного потребителя в заблуждение относительно природы оказываемых услуг.

Таким образом, размещенный рекламный модуль, нарушает требования п. 2 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе, так как содержит не соответствующие действительности сведения о природе рекламируемых (оказываемых) услуг, соответственно является недостоверной.

Объектами рекламирования в рассматриваемой рекламном модуле КПК «Экспресс-займ» является КПК «Экспресс-займ» и его услуги по привлечению личных сбережений граждан и выдаче займов.

В соответствии с ч. 1 ст. 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Из смысла текста доступного для потребителей рассматриваемой рекламы следует, что Кредитный потребительский кооператив «Экспресс-займ» предоставляет гражданам займы на любые цели и осуществляет прием сбережений без вступления в кооператив и уплаты обязательного паевого взноса.

Однако, часть 1 ст. 3 Федерального закона от 18.07.2009 №190-ФЗ (ред. от 29.06.2015) «О кредитной кооперации» (далее – Закон о кредитной кооперации) устанавливает: кредитный кооператив является некоммерческой организацией. Деятельность кредитного кооператива состоит в организации финансовой взаимопомощи членов кредитного кооператива (пайщиков) посредством:

1) объединения паенакоплений (паев) и привлечения денежных средств членов кредитного кооператива (пайщиков) и иных денежных средств в порядке, определенном настоящим Федеральным законом, иными федеральными законами и уставом кредитного кооператива;

2) размещения указанных в пункте 1 настоящей части денежных средств путем предоставления займов членам кредитного кооператива (пайщикам) для удовлетворения их финансовых потребностей.

Согласно п. 1 ч. 1 ст. 6 Закона о кредитной кооперации Кредитный кооператив не вправе предоставлять займы лицам, не являющимся членами кредитного кооператива (пайщиками).

Частями 2 и 3 ст. 11 Закона о кредитной кооперации определено, что заявление о приеме в члены кредитного кооператива (пайщики) подается в письменной форме в правление кредитного кооператива. В указанном заявлении должно содержаться обязательство соблюдать устав кредитного кооператива. Членство в кредитном кооперативе возникает на основании решения правления кредитного кооператива со дня внесения соответствующей записи в реестр членов кредитного кооператива (пайщиков). Такая запись в реестр членов кредитного кооператива (пайщиков) вносится после уплаты обязательного паевого взноса, а также после уплаты вступительного взноса в случае, если внесение вступительного взноса предусмотрено уставом кредитного кооператива.

Таким образом, Кредитный потребительский кооператив «Экспресс-займ» может удовлетворять потребности только членов кооператива – пайщиков в финансовой взаимопомощи путем выдачи займов на определенных условиях и приему личных

сбережений.

Отсутствие информации является препятствием к осуществлению законных прав потребителя. Поэтому Закон о рекламе прямо требует обеспечения потребителей информацией, которая необходима для реализации предоставленных возможностей.

Так, согласно Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», рассматривая дела о привлечении лиц к ответственности за размещение рекламы, в которой отсутствует часть необходимой информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования надлежит учитывать следующее: оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

В соответствии со статьей 10 Закона Российской Федерации от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 13.07.2015) «О защите прав потребителей» изготовитель (исполнитель, продавец) обязан своевременно предоставлять потребителю необходимую и достоверную информацию о товарах (работах, услугах), обеспечивающую возможность их правильного выбора. Право на предоставление информации о товаре (работе или услуге) является одним из важнейших прав потребителя, причем потребитель должен обладать ею еще до заключения договора, поскольку именно это позволяет ему сделать правильный компетентный выбор соответствующего товара (работы или услуги) на рынке.

На основании вышеизложенного, рекламодатель при размещении рассматриваемой рекламы не указал часть существенной информации о рекламируемой услуге (воспользоваться рекламируемыми услугами могут только те лица, которые станут членами кооператива либо лица, уже фактически являющиеся таковыми с уплатой обязательных взносов), в связи с чем потребители были лишены возможности получения указанной информации, что приводит к искажению смысла информации, тем самым нарушил требования ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе, согласно которой 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.

Объектами рекламирования в рассматриваемой рекламном модуле компании «МаксиДом» является компания «МаксиДом» и ее услуги.

Из смысла текста доступного для потребителей рассматриваемой рекламы следует, что в компании «МаксиДом» при покупке, оплате рекламируемых товаров, услуг потребителю может быть предоставлен кредит компанией ООО «Накта-кредит-запад».

Кредит (от лат. Credit – букв: он верит) – заем в денежной или товарной форме, предоставляемый кредитором заемщику на условиях возвратности, чаще всего с выплатой заемщиком процента за пользование займом (Райзенберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. «Современный экономический словарь», ИНФРА-м, 2006).

Правовое регулирование обязательств по кредиту осуществляется нормами Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ). ГК РФ определяет формы кредитования: банковский, товарный и коммерческий кредиты.

Согласно п. 1 ст. 819 ГК РФ по кредитному договору банк или иная кредитная организация (кредитор) обязуются предоставить денежные средства (кредит) заемщику в размере и на условиях, предусмотренных договором, а заемщик обязуется возвратить полученную денежную сумму и уплатить проценты на нее.

На основании статьи 822 ГК РФ сторонами может быть заключен договор, предусматривающий обязанность одной стороны предоставить другой стороне вещи, определенные родовыми признаками (договор товарного кредита).

В статье 823 ГК РФ определено, договорами, исполнение которых связано с передачей в собственность другой стороне денежных сумм или других вещей, определяемых родовыми признаками, может предусматриваться предоставление кредита, в том числе в виде аванса, предварительной оплаты, отсрочки и рассрочки оплаты товаров, работ или услуг (коммерческий кредит), если иное не установлено законом.

Таким образом, каждый из предусмотренных ГК РФ видов кредитов имеет особенности при заключении договоров и их исполнении, которые могут влиять на оценку потребителей своих возможностей по фактическому приобретению товаров, работ и услуг.

Дальнейшие взаимоотношения заемщика по кредитному договору с третьими лицами, не являющимися стороной по кредитному договору (в том числе с организациями торговли), при использовании полученного кредита на цели, определенные в кредитном договоре, не являются предметом кредитного договора.

В силу ст. 5 ФЗ №395-1 понятие кредит относится к банковским операциям, осуществление которых в силу ст. 13 данного закона производится на основании лицензии, выданной Центральным Банком Российской Федерации.

Однако, согласно устава ООО «Накта-кредит-запад» является микрофинансовой организацией, зарегистрированной в государственном реестре микрофинансовых организаций за №2120552001175. Таким образом, компания не имеет законодательных оснований выдавать кредит.

Взаимоотношения между ООО «Накта-кредит-запад» и физическим лицом строятся на основании договора займа. Данный факт подтверждается материалами дела, общими условиями договора займа и правилами предоставления микрозаймов ООО «Накта-кредит-запад» физическим лицам.

Согласно п. 2 ч. 3 ст. 5 недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

Таким образом, размещенный рекламный модуль, нарушает требования п. 2 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе, так как содержит не соответствующие действительности сведения о природе рекламируемых (оказываемых) услуг, соответственно является недостоверной.

Объектами рекламирования в рассматриваемой рекламе love radio kostroma является стимулирующее мероприятия – акция Big Love Show, направленное привлечение внимания слушателей и тем самым на увеличение аудитории слушателей радио.

Исходя из цели проведения стимулирующего мероприятия – акции – побуждения потребителей к совершению определенных действий в период, ограниченный по времени, для признания рекламы стимулирующим мероприятием необходимо установить такой признак как выполнение его участником обязательного условия. Так же признаком стимулирующего мероприятия должна быть причина, побуждающая человека принять в них участие, как правило, это возможность получить какое-либо материальное благо, поощрение.

Данный рекламный модуль за счет упоминания в нем слова «Акция» воспринимается именно как стимулирующее мероприятие, проводимое love radio kostroma.

Таким образом, спорная реклама направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к возможности получения билетов на концерт в подарок при прослушивании эфира радио и имеет все признаки стимулирующего мероприятия (направлена на стимулирование — увеличение слушательской аудитории радио посредством предоставления услуг связи эфирного вещания, проводилась с 21.01.2015 года по 13.02.2015 года), следовательно, должна соответствовать требованиям, установленным ст. 9 Закона о рекламе.

В соответствии со ст. 9 Закона о рекламе в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее — стимулирующее мероприятие), должны быть указаны:

1. сроки проведения такого мероприятия;
2. источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

На основании вышеизложенного, в рассматриваемой рекламе должны быть указаны: сроки проведения такого мероприятия; источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

При этом сроки проведения стимулирующего мероприятия должны быть указаны непосредственно в тексте рекламы, а ссылка на информацию об организаторе стимулирующего мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их

получения допускается путем указания на источник такой информации.

Таким образом, рассматриваемая реклама стимулирующего мероприятия не содержит существенных условий стимулирующего мероприятия (отсутствуют сроки проведения данной акции в тексте рекламы) и не соответствует требованиям, установленным п. 1 ст. 9 Закона о рекламе.

Если лицо не ознакомилось с правилами по своей инициативе, это его выбор и решение. Организатор и рекламодатель обязаны обеспечить неограниченному количеству лиц, которые могут участвовать в проводимом мероприятии, равные права и возможности для полноценного участия в мероприятии.

Отсутствие информации является препятствием к осуществлению законных прав потребителя, отказ от надлежащего исполнения своих обязательств по договору организатором. Поэтому Закон о рекламе прямо требует обеспечения потребителей информацией, которая необходима для реализации предоставленных возможностей.

В соответствии со статьей 10 Закона Российской Федерации от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 13.07.2015) «О защите прав потребителей» изготовитель (исполнитель, продавец) обязан своевременно предоставлять потребителю необходимую и достоверную информацию о товарах (работах, услугах), обеспечивающую возможность их правильного выбора. Право на предоставление информации о товаре (работе или услуге) является одним из важнейших прав потребителя, причем потребитель должен обладать ею еще до заключения договора, поскольку именно это позволяет ему сделать правильный компетентный выбор соответствующего товара (работы или услуги) на рынке.

Согласно части 1 статьи 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

На основании вышеизложенного, при размещении рассматриваемой рекламы не указана часть существенной информации о рекламируемой услуге (сроках проведения акции), что не позволяет потребителям правильно и адекватно воспринимать рекламную информацию, вводит их в заблуждение относительно временного промежутка реализации указанного в рекламе мероприятия, нарушает их права на получение достоверной информации о рекламируемой услуге.

В связи с чем потребители были лишены возможности получения указанной информации, что приводит к искажению ее смысла, тем самым нарушая требования ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе, согласно которой 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.

Данная информация является существенной для потребителя рекламы, поскольку влияет на оценку и решение потребителей относительно приобретения рекламируемого товара.

В соответствии с п. 13 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2015 года №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», при определении лиц, подлежащих привлечению к административной ответственности за распространение недобросовестной и (или) недостоверной рекламы, судам необходимо также принимать во внимание, что согласно статье 13 Закона о рекламе обязанность предоставить рекламораспространителю сведения о соответствии рекламы требованиям Закона о рекламе возникает у рекламодателя в случае предъявления такого требования рекламораспространителем, который должен предпринимать разумные меры по недопущению распространения недобросовестной и (или) недостоверной рекламы.

Рекламораспространитель вправе потребовать от рекламодателя подтвердить соответствие рекламы требованиям закона (в частности, ее достоверность, корректность, этичность), а также наличие у рекламодателя необходимой разрешительной документации для осуществления рекламируемой деятельности. Перечень разрешительной документации, приведенный в Законе о рекламе, не является исчерпывающим, соответственно к такой разрешительной документации могут быть отнесены любые документы, без наличия которых лицо не вправе осуществлять деятельность, производить, реализовывать товар или иным образом вводить его в оборот.

Поэтому рекламораспространитель может быть привлечен к ответственности за распространение недобросовестной и (или) недостоверной рекламы наряду с рекламодателем только в том случае, если им указанные сведения не запрашивались либо если рекламораспространитель, не получив запрошенных сведений, тем не менее не отказался от распространения рекламы.

Кроме того, рекламораспространитель может быть привлечен к ответственности в том случае, если при проверке предоставленных ему сведений на предмет их соответствия фактическим обстоятельствам (например, соответствия сертификата на товар объекту рекламирования; сведений о государственной регистрации лицу, предоставившему эти сведения) не проявит должных осмотрительности и осторожности.

Так, в ходе рассмотрения дела установлено, что ООО «Ярмарка» в соответствии с положениями ст. 13 Закона о рекламе при распространении спорной рекламы не приняло разумных мер по недопущению распространения рассматриваемой недостоверной рекламы.

Кроме того, при распространении рекламы вышеуказанного содержания в газете «Костромская ярмарка» нарушение установленных Законом о рекламе требований к рекламе должно было быть очевидным для рекламораспространителя, оказывающего услуги в качестве такового на постоянной основе.

Таким образом, рассматриваемая реклама не соответствует п. 2 ч. 3, ч. 7 ст. 5, п. 1 ст. 9, ст. 13 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных п. 1 ст. 9, ст. 13 Закона о рекламе несет рекламораспространитель.

В соответствии с частью 4 статьи 38 Закона о рекламе нарушение рекламодателем законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе, и в соответствии с пунктами 36-43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

Признать ненадлежащей рекламу, распространяемую ООО «Ярмарка» (ИНН 4401148026, ОГРН 1134401015440, 156000, г. Кострома, ул. Ленина, д. 10) на страницах газеты «Костромская ярмарка» в номерах 2(638) от 23.01.2015 года и 3(639) от 30 января 2015 года, рекламоделателями которой являются Некоммерческая организация Кредитный потребительский кооператив «Народная финансовая компания», Кредитный потребительский кооператив «Экспресс-займ», ИП <***>, ООО «Радио прима», поскольку нарушены требования п. 2 ч. 3, ч. 7 ст. 5, п. 1 ст. 9, ст. 13 Закона о рекламе.

Выдать ООО «Ярмарка» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, поскольку им не представлены доказательства, свидетельствующие об устранении выявленных нарушений при распространении рассматриваемой рекламы.

Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Костромского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 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.

Председателя Комиссии

<***>

Члены Комиссии

<***>

<***>