

РЕШЕНИЕ

«18» марта 2021 г. г. Астрахань

Комиссия Астраханского УФАС России (далее — Управление) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее — Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии:

Потылицын П.Л. – заместитель руководителя – начальник отдела товарных рынков и естественных монополий Управления;

Члены Комиссии:

Картушина К.О. - главный специалист-эксперт отдела финансовых рынков и рекламы Управления;

Соколов И.А. - ведущий специалист-эксперт отдела финансовых рынков и рекламы Управления;

Платова А.О. - специалист-эксперт отдела товарных рынков и естественных монополий Управления;

рассмотрев материалы дела №030/05/19-1707/2020, возбужденного по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, по факту распространения 08.10.2020 г. рекламы, следующего содержания: «Соцзайм, доступно. Надежно. Выгодно. Пенсионные займы на любые цели до 50 000 р. до 6 месяцев. Самые низкие проценты. Номер телефона 420-203. МКК «Астор» предоставляет денежные займы работающим гражданам или пенсионерам. Сумма займа рассчитывается индивидуально, исходя из доходов заемщика и кредитной загруженностью» (далее — Реклама), распространенную посредством рекламной конструкции, расположенной по адресу: г. Астрахань, ул. Свердлова/М.Аладына, 58/2, (далее - Реклама), с признаками нарушения п.1 ч. 3 ст. 5, ч.ч. 9, 10 ст. 19, ч.ч. 1, 13, 14 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о Рекламе) в присутствие лица (представителя) – (доверенность б/н от от 10.01.2021 г.), в отсутствие Заявителя, надлежащим образом извещенного о дате, времени и месте рассмотрения дела (ходатайство вх №1448 от 18.02.2021 г., почт. увед. №80080657724555),

УСТАНОВИЛА:

В Астраханское УФАС России поступило обращение Южного главного управления Центрального Банка РФ (вх. № 11191 от 25.11.2020) содержащее информацию о наличии признаков нарушения Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - закон о Рекламе) в действиях (...) распространена реклама, посредством рекламной конструкции, с признаками нарушения ч.ч. 13, 14 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

В ходе рассмотрения дела установлено следующее.

Согласно статье 3 Закона о рекламе реклама - 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. Объект рекламирования - товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками - распространена посредством рекламной конструкции, расположенной по адресу: ул. Свердлова/М.Аладьина, д. 58/2, круг лиц не может быть заранее определен в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, направлена на привлечение внимания к услуге пенсионного займа на любые цели, работающим гражданам и пенсионерам.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона 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.

Объектом рекламирования являются финансовые услуги, в части предоставления займов, в том числе пенсионных займов на любые цели от 50 000 руб. до 6 месяцев **ПОД САМЫЕ НИЗКИЕ ПРОЦЕНТЫ.**

Согласно пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Согласно позиции Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 г. (п. 29 Постановления N58) информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах. В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов "лучший", "первый", "номер один", должно производиться с

указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами (пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе).

В рекламе, распространённой посредством рекламной конструкции содержится некорректное сравнение рекламируемого товара и не соответствующие действительности сведения о преимуществе рекламируемого товара, а именно: «...Самые низкие проценты».

Согласно ч. 1 ст. 19 Закона о рекламе распространение наружной рекламы с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, проекционного и иного предназначенного для проекции рекламы на любые поверхности оборудования, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения (рекламные конструкции), монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта осуществляется владельцем рекламной конструкции, являющимся рекламодателем, с соблюдением требований ст. 19 Закона о рекламе.

В соответствии с ч. 9 ст. 19 Закона о рекламе установка и эксплуатация рекламной конструкции допускаются при наличии разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (далее – разрешение), выдаваемого на основании заявления собственника или иного указанного в частях 5, 6, 7 настоящей статьи законного владельца соответствующего недвижимого имущества либо владельца рекламной конструкции органом местного самоуправления муниципального района или органом местного самоуправления городского округа, на территориях которых предполагается осуществлять установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Как следует из ч. 10 ст. 19 Закона о рекламе установка и эксплуатация рекламной конструкции без разрешения не допускаются.

Согласно информации, предоставленной Управлением муниципального имущества Администрации муниципального образования «Город Астрахань» (вх. №11731 от 09.12.20г.) разрешение на установку и эксплуатацию вышеуказанной рекламной конструкции не выдавалось, договоры не заключались, аукционы не проводились.

В соответствии с ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе, реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности должна содержать

наименование или имя лица, оказывающего эти услуги или осуществляющего данную деятельность (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя и (если имеется) отчество).

Согласно информации, представленной УФНС по Астраханской области (вх. №11859 от 14.12.2020 г.), 15.10.20г. на основании заявления по форме Р13001 «Заявление о государственной регистрации, вносимых в учредительные документы» №7892А от 10.10.20 в отношении (...) внесены сведения о изменении наименования юридического лица (...) и об изменении видов экономической деятельности.

Однако, в рекламе «Соцзайм, доступно. Надежно. Выгодно. Пенсионные займы на любые цели до 50 000 р. до 6 месяцев. Самые низкие проценты. Номер телефона 420-203», вовсе отсутствует информация о наименовании организации, оказывающей финансовые услуги.

В соответствии с п. 13 ст. 28 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 (часть 13 введена Федеральным законом от 21.12.2013 N 375-ФЗ).

Согласно п. 14 ст. 28 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.

Согласно письма Южного главного управления Центрального Банка Российской Федерации (вх. №11191 от 25.11.2020г.), согласно сведениям, опубликованным на официальном сайте Банка России www.cbr.ru, (...) исключена из государственного реестра микрофинансовых организаций 08.09.2020 года и следовательно не имеет права осуществлять профессиональную деятельность по предоставлению потребительских займов.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно п. 6 ст. 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

В соответствии с п. 7 ст. 3 Закона о рекламе рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно информации, предоставленной (...) рекламодателем, рекламопроизводителем и рекламораспространителем является (...) (вх. №2520 от 18.03.2021 г.)

В силу п. 4 ст. 3 Закона о рекламе, реклама не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей и законом не допускается.

Согласно информации, предоставленной (...) (вх. №2520 от 18.03.2021 г.) в настоящее время вышеуказанная реклама не распространяется.

Таким образом у Комиссии не имеется оснований для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В соответствии с ч.6 ст. 38 Закона о Рекламе рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных ч.7 ст.5, п. 1 ч. 3 ст. 5, ч. 3 ст. 19, ч.ч. 1, 13,14 ст.28 Закона о рекламе.

В соответствии с ч. 7 ст. 38 Закона о Рекламе рекламораспространитель несет ответственность за нарушение требований, установленных ч. ч. 1, 13 ст.28 Закона о рекламе.

Руководствуясь п.1 ч.2 ст. 33, ч.1 ст.36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 42-48 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Астраханского УФАС России,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу «Соцзайм, доступно. Надежно. Выгодно. Пенсионные займы на любые цели до 50 000 р. до 6 месяцев. Самые низкие проценты. Номер телефона 420-203» , поскольку в ней нарушены требования ч.7 ст.5, п. 1 ч. 3 ст. 5, ч. 3 ст. 19, ч.ч. 1, 13,14 ст.28 Закона о рекламе.
2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (...) не выдавать.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Астраханского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 22.03.2021 года

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

Председатель П.Л. Потылицын

Члены Комиссии: К.О. Картушина

И.А.СОКОЛОВ

А.О.ПЛАНОВА