



Управление Федеральной антимонопольной службы
по республике Коми

РЕШЕНИЕ

20 сентября 2016 года

(изготовление решения

в полном объеме)

№ 03-01/8807

12 сентября 2016 года

(оглашение резолютивной
части)

г. Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

председатель Комиссии: <...> - врио заместителя руководителя управления – начальника отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции;

члены Комиссии: <...> – ведущий специалист-эксперт отдела Управления; <...> – специалист-эксперт отдела Управления;

рассмотрев материалы дела № Р 09-02/16, возбужденного в отношении <...> по факту размещения рекламной конструкции «КомиФинанс» на фасаде здания, расположенного по адресу: 167023, Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Коммунистическая, д. 62а следующего содержания: «КомиФинанс, микрозаймы до 20 000, 8800-250-42-15: www.komifinans.ru» (далее – рассматриваемая реклама) с признаками нарушения требований ч. 7 ст. 5, ч. 1, п. 2 ч. 2 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в присутствии:

- представителя ФГУП «Госкорпорация по ОрВД» – <...>, действующего на основании доверенности от 11.11.2015 № 14-3725 (доверенность от 28.10.2015 № 77 АБ 7339934 с правом передоверия полномочий),

- <...>,

в отсутствие <...>., надлежащим образом извещённой о месте и времени рассмотрения настоящего дела, письмом от 08.09.2016 (вх. № 2847эл. от 09.09.2016) просившей рассмотреть дело в его отсутствие;

УСТАНОВИЛА:

В Коми УФАС России поступило обращение директора ФГУП «Госкорпорация по ОрВД» <..> от 09.12.2015 № 14-4122 (вход. № 7045 от 11.12.2015).

Из заявления следует, что реклама следующего содержания: «КомиФинанс, микрозаймы до 20 000, 8800-250-42-15: www.komifinans.ru», содержит признаки нарушения ч. 7 ст. 5, ч. 1, п. 2 ч. 2 ст. 28 Закона о рекламе, поскольку содержит только привлекательную для потребителя рекламы информацию – максимальный размер предоставляемого займа, умалчивая о других условиях займа, являющиеся существенной информацией, кроме того, указанная реклама не содержит наименование или имя лица, оказывающие эти услуги или осуществляющие данную деятельность.

По результатам рассмотрения обращения принято решение о возбуждении рекламного дела. Определением от 17.02.2016 № 03-01/1334 возбуждено дело № Р 09-02/16 по признакам нарушения ч. 7 ст. 5, ч. 1, п. 2 ч. 2 ст. 28 Закона о рекламе в отношении <...>.

Определением Коми УФАС России от 05.08.2016 № 03-01/7425 к участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечена <...>.

В результате рассмотрения материалов по рекламному делу № Р 09-02/16 (далее – рекламное дело) установлено следующее.

Из имеющихся материалов рекламного дела следует, что на фасаде здания, расположенного по адресу: 167023, Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Коммунистическая, д. 62а, размещена конструкция с информацией следующего содержания: «КомиФинанс, микрозаймы до 20 000, 8800-250-42-15: www.komifinans.ru» (фотокопии указанной конструкции имеются в материалах рассматриваемого дела).

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.

В письменных пояснениях, представленных в материалы рекламного дела письмом от 08.09.2016 (вх. № 2847эл. от 09.09.2016), <...> указала, что спорная информация не является рекламой.

Комиссия Коми УФАС России, оценив заявленный довод и имеющиеся материалы, пришла к нижеследующим выводам.

Из диспозиции п. 1 ст. 3 следует, что для признания информации рекламой, она должна обладать всеми её признаками, установленным п. 1 ст. 3 Закона о рекламе.

В силу п. 2 ст. 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.

Исходя из смысла положений Закона о рекламе, реклама должна формировать или поддерживать интерес к объекту рекламирования. Чтобы информация могла считаться рекламой, она должна целенаправленно представлять вниманию потребителей объект рекламы. Признаками рекламы является её способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, формирование к нему положительного отношения и закреплении его образа в памяти потребителя.

В соответствии с пунктами 2 и 5 части 2 Закона о рекламе данный закон не распространяется на информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом, а также на вывески и указатели, не содержащие сведения рекламного характера.

Согласно пункту 18 Информационного письма Президиума Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» сведения, распространение которых по форме и содержанию является для юридического лица обязательным на основании закона или обычая делового оборота, не относятся к рекламной информации независимо от манеры их исполнения на соответствующей вывеске.

В соответствии с п. 1 постановления Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации № 58 от 08.10.2012 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» информация, обязательная к размещению в силу закона или размещённая в силу обычая делового оборота, также не является рекламой.

При этом не является рекламой размещение наименования (коммерческого обозначения) организации в месте ее нахождения, а также иной информации для потребителей непосредственно в месте реализации товара, оказания услуг (например, информации о режиме работы, реализуемом товаре), поскольку размещение такой информации в указанном месте не преследует целей,

связанных с рекламой.

К данным сведениям не применяются требования законодательства Российской Федерации о рекламе.

Так, указание на здании в месте нахождения организации её наименования, адреса и режима её работы относится к обязательным требованиям, предъявляемым к вывеске законом «О защите прав потребителей», следовательно, такая информация не может рассматриваться в качестве рекламы, независимо от манеры её исполнения. Кроме того, указание в месте нахождения организации её профиля деятельности (магазин, кондитерская, ресторан) либо ассортимента реализуемых товаров и услуг (техника, продукты, мебель) также может быть признано обычаем делового оборота, и на такие информационные конструкции нормы Закона о рекламе не распространяются. Указание в месте нахождения предприятия коммерческого обозначения, в том числе несовпадающего с наименованием организации, также предназначено для идентификации магазина для потребителя не является рекламой.

Вместе с тем, в рассматриваемом случае, как указала ФАС России, конструкция с выражением «КомиФинанс» содержит адрес, а также номер телефона конкретной организации, что направлено на привлечение внимания к объекту рекламирования, соответственно, такая информация является рекламой.

С учётом вышеизложенного, спорная информация содержит следующие признаки рекламы:

- распространена посредством размещения на фасаде здания, расположенного по адресу: 167023, Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Коммунистическая, д. 62а;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования: компании «КомиФинанс» и предоставляемым компанией «КомиФинанс» услугам микрозайма до 20 000 рублей, формирование и поддержание интереса к ним, и их продвижение на рынке.

Таким образом, указанная информация, распространенная посредством размещения на фасаде здания, расположенного по адресу: 167023, Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Коммунистическая, д. 62а, является рекламой.

Согласно 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).

В силу ч. 4 ст. 2 Закона о рекламе, специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным [законом](#) в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

Из содержания рассматриваемой рекламы усматривается, что она не является явно не относящейся к рекламе финансовых услуг.

В соответствии со ст. 4 Федерального закона от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» финансовой организацией является хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги, в том числе микрофинансовая организация. Финансовая услуга - это 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.

Согласно ч. 1 ст. 2 Федерального закона от 02.07.2010 № 151-ФЗ «О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях» микрофинансовая организация - юридическое лицо, которое осуществляет микрофинансовую деятельность и сведения о котором внесены в государственный реестр микрофинансовых организаций в порядке, предусмотренном настоящим Федеральным законом. Микрофинансовые организации могут осуществлять свою деятельность в виде микрофинансовой компании или микрокредитной компании.

Микрозаем - заем, предоставляемый займодавцем заемщику на условиях, предусмотренных договором займа, в сумме, не превышающей предельный размер обязательств заемщика перед займодавцем по основному долгу, установленный настоящим Федеральным законом.

Из содержания вывески, размещённой непосредственно перед входом в здание по адресу: г. Сыктывкар, ул. Коммунистическая, д. 62а, фотокопия которой присутствует в материалах рекламного дела, имеется возможность идентифицировать лицо, осуществляющее по указанному адресу деятельность микрофинансовой организации «Комифинанс», поскольку указаны ОГРН (1151101005516) и ИНН (1101053191).

Согласно выписке из ЕГРЮЛ, размещённой на официальном сайте ИФНС России, за основным государственным регистрационным номером 1151101005516, ИНН 1101053191 зарегистрировано ООО «Микрофинансовая организация «Комифинанс», адрес места нахождения: г. Сыктывкар, ул. Карла Маркса, д. 182, офис 219. Учредителем и генеральным директором указанного лица является <...>.

Из выписки из ЕГРЮЛ в отношении ООО «Микрофинансовая организация «Комифинанс» следует, что основным видом деятельности Общества является предоставление займов и прочих видов кредита. Согласно информации, размещённой на интернет-сайте www.komifinans.ru, ссылка на который имеется на спорной вывеске, «Комифинанс» оказывает займы для работающего населения, пенсионерам и студентам.

Таким образом, микрозаймы, указанные в рассматриваемой рекламе, предоставляются микрофинансовой организацией, а именно – ООО «Микрофинансовая организация «Комифинанс», которая является финансовой организацией, а его услуги по предоставлению микрозаймов – финансовыми услугами.

Указание реквизитов организации, предоставляющей финансовые услуги, является одной из гарантий соблюдения информационного права

потребителей и является существенной для потребителя информацией.

В рассматриваемой рекламе отсутствует наименование организации, оказывающей услуги по предоставлению микрозаймов.

В силу ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе 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.

Таким образом, рассматриваемая реклама размещена в нарушение требований, установленных ч. 7 ст. 5 и ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе.

Согласно п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий, а также если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, пользованием 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.

В рассматриваемой рекламе содержится информация о микрозаймах. При этом, указано условие предоставления денежных средств в виде микрозаймов – привлекательная для потребителя рекламы информация: «микрозаймы до 20 000 рублей» (максимальный размер выдаваемого займа), в свою очередь, умалчивая о других условиях займа, являющиеся существенной информацией.

Вместе с тем, согласно информации, размещённой на интернет-сайте www.komifinans.ru, ссылка на который имеется на спорной конструкции, условиями предоставления займа являются следующие условия: до 20 000 рублей, до 20 дней, 2% в день. Таким образом, исходя из изложенного следует, что существуют иные условия, влияющие на стоимость микрозайма.

Отсутствие указанных существенных условий об условиях микрозайма, могут привести к искажению смысла рекламы и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой финансовой услугой.

При таких обстоятельствах, рассматриваемая реклама размещена в нарушение требований, установленных п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе.

В соответствии с ч.ч. 6, 7 ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за распространение рекламы, не соответствующей требованиям ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе, несёт рекламодатель и рекламораспространитель.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за распространение рекламы, не соответствующей требованиям ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе, несёт рекламодатель.

Частью 8 ст. 38 Закона о рекламе предусмотрено, что рекламопроизводитель

несет ответственность за нарушение требований ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе, рекламоделец - 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 силу п. 7 ст. 3 Закона о рекламе рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно ст. 19 Закона о рекламе владелец рекламной конструкции (физическое или юридическое лицо) - собственник рекламной конструкции либо иное лицо, обладающее вещным правом на рекламную конструкцию или правом владения и пользования рекламной конструкцией на основании договора с ее собственником.

Рассматриваемая реклама размещена на фасаде здания, расположенного по адресу: 167023, Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Коммунистическая, д. 62а, владельцем нежилых помещений на основании Свидетельства о государственной регистрации права от 27.12.2010 серии 11 АА № 764325 (повторное, взамен свидетельства: серия <...> АА № 006488, дата выдачи 24.01.2000), является <....>.

Согласно письменным пояснениям <...>, представленным в материалы рекламного дела письмом от 28.07.2016 (вх. № 3855 от 28.07.2016), владельцем спорной вывески является арендатор нежилого помещения <...>.

Согласно договору аренды нежилого помещения от 21.07.2015, заключённому между <...> и <...>, копия которого представлена в материалы рекламного дела, арендодатель – <...> сдаёт арендатору – <...> в аренду помещение по адресу: г. Сыктывкар, ул. Коммунистическая, д. 62а. Срок действия договора с 21.07.2015 по 21.06.2016.

Определением об отложении рассмотрения дела № Р 08-02/16 от 29.08.2016 у <...> запрашивались документы и письменная информация, опосредующие производство и размещение рассматриваемой рекламы, а также сведения о рекламоделе, рекламопроизводителе и рекламораспространителе рассматриваемой рекламы.

<...> письмом от 09.09.2016 (вх. № 2847эл. от 09.09.2016) сообщила, что запрашиваемыми сведениями не располагает, поскольку, по её мнению, спорная информация не является рекламой.

Из материалов рекламного дела следует, что рекламоделом, рекламопроизводителем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является <...>. Доказательств обратного <...> в материалы рекламного дела не представлено.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что <...> на стадии производства и распространения рассматриваемой рекламы не осуществила

надлежащего контроля за соответствием её требованиям Закона о рекламе, следствием чего и стало несоответствие рекламы установленным требованиям.

Из материалов рекламного дела усматривается, что со стороны Ширяевой <...> не принято должных мер, направленных на соответствие рекламы требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, что и привело к рассматриваемому нарушению.

Таким образом, <...> нарушены требования ч. 7 ст. 5, ч. 1, п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе.

Комиссией в ходе рассмотрения дела № Р 09-02/16 установлено, что рассматриваемая реклама распространялась на фасаде здания, расположенного по адресу: 167023, Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Коммунистическая, д. 62а, в период с 21.07.2015 по 04.02.2016.

В материалы рекламного дела 28.07.2016 (вх. № 3855 от 28.07.2016) представлена фотокопия рассматриваемой рекламы, из которой следует, что распространение ненадлежащей рекламы прекращено.

В связи с добровольным устранением совершенного нарушения, Комиссия сочла нецелесообразной выдачу <...> предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы.

Поскольку вина <...> в нарушении требований Закона о рекламе Комиссией не установлена, производство по делу № Р 09-02/16 в отношении указанного лица подлежит прекращению.

На основании изложенного, руководствуясь п. 4 ст. 3, п. 2 ч. 1 ст. 33, п. 7 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37 – 43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, п. 3.58 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу следующего содержания: «КомиФинанс, микрозаймы до 20 000, 8800-250-42-15: www.komifinans.ru», размещенную на фасаде здания, расположенного по адресу: 167023, Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Коммунистическая, д. 62а, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования ч. 7 ст. 5, ч. 1, п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе.
2. Прекратить производство по делу № Р 09-02/16 в отношении <...>

3. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы <...> не выдавать, поскольку распространение рекламы, указанной в п. 1 настоящего решения, прекращено.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении <...> дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 20 сентября 2016 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

_____ <...>

Члены Комиссии

_____ <...>

_____ <...>