

РЕШЕНИЕ № Р16/21-02

25.05.2016 г.

г. Тюмень

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

Председатель Комиссии:	<...>	- руководитель управления;
Члены Комиссии:	<...>	- заместитель начальника отдела КСЗ;
	<...>	-ведущий специалист- эксперт отдела КСЗ,

рассмотрев дело № Р16/21 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе при распространении рекламы финансовых услуг,

в присутствии: представителя ООО МФО «АНГАРА» - <...>(доверенность № 21-04/2016 от 21.04.2016г.),

УСТАНОВИЛА:

В Тюменское УФАС России из Приемной Президента Российской Федерации в Тюменской области поступило обращение <...> (вх.№3167 от 20.04.2016г.) о нарушении требований Федерального закона «О рекламе» организациями микрофинансового сектора в г.Тюмени.

Тюменским УФАС России был подтвержден факт распространения наружной рекламы ООО МФО «АНГАРА» на двух торцах киоска по адресу: г. Тюмень, Холодильная, недалеко от дома №51.

Как зафиксировано в акте осмотра от 21.04.2016г. на 4 рекламных баннерах, размещенных на двух торцах киоска по адресу: г. Тюмень по ул.Холодильной (недалеко от дома №51), размещена информация следующего содержания: *«Бюро выдачи займов ООО МФО «АНГАРА» 60-50-55 займы до зарплаты и пенсии от 1000 рублей без залога и поручителей нужен только паспорт пенсионерам всегда ОДОБРЕНО низкая процентная ставка 1,5% возьми, займем!».*

Определением №Р16/21-01 от 25.04.2016 г. по данному факту было возбуждено дело №Р16/21 о нарушении законодательства о рекламе в отношении ООО МФО «Ангара».

На рассмотрении дела представитель ООО МФО «АНГАРА» пояснил, что с нарушением Общество несогласно, верхний предел суммы займа не ограничен, договоров на изготовление рекламы не заключалось, с какого времени размещается реклама пояснить затрудняется.

Комиссия, исследовав материалы дела, документы представленные лицом, в действиях, которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, заслушав доводы представителя, пришла к следующим выводам.

Согласно статье 3 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006 г. «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), рекламой является 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; 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; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот; ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Согласно Международному кодексу рекламной практики под потребителем рекламы понимается «любое лицо, которому адресуется реклама или которого она сможет достичь, вне зависимости от того, является ли оно конечным потребителем, торгующим субъектом или пользователем». Экономической целью размещения рекламы, является продвижение и продажа товара (работ, услуг) оптовому покупателю и конечному потребителю.

Таким образом, рассматриваемая информация является рекламой, поскольку отвечает всем требованиям, предъявляемым к рекламе.

Комиссия при рассмотрении дела учитывает, что законодательство о рекламе не содержит понятия финансовой услуги и финансовой организации. Соответственно, для положений Закона о рекламе возможно применение понятий и терминов, установленных в Федеральном законе №135-ФЗ от 26.07.2006 г. «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции).

Так, согласно пункту 2 статьи 4 Федерального закона «О защите конкуренции» № 135-ФЗ от 26.07.2006 г., под финансовой услугой понимается 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 пункту 6 статьи 4 Закона о защите конкуренции, финансовая организация - хозяйствующий субъект, 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, негосударственный пенсионный фонд, управляющая компания инвестиционных фондов, паевых инвестиционных фондов, негосударственных пенсионных фондов, специализированный депозитарий инвестиционных фондов, паевых инвестиционных фондов, негосударственных пенсионных фондов, ломбард (финансовая организация, поднадзорная Центральному банку Российской Федерации), лизинговая компания (иная финансовая организация, финансовая организация, не поднадзорная Центральному банку Российской Федерации).

Таким образом, согласно Закону о защите конкуренции, под финансовую услугу подпадают конкретные услуги, прямо указанные в данном определении, а также иные услуги, связанные с привлечением, размещением денежных средств, но только в случае, если они оказываются финансовой организацией. При этом перечень финансовых организаций содержится в пункте 6 статьи 4 Федерального закона «О защите конкуренции». Данный перечень является закрытым.

В соответствии с выданным Центральным банком Российской Федерации свидетельством в государственный реестр микрофинансовых организаций внесены сведения о юридическом лице – Обществе с ограниченной ответственностью Микрофинансовая организация «Ангара», дата включения в реестр организации - 29.01.2016г.

Согласно [пункту 6 статьи 4](#) Федерального закона от 26.07.2006 N 135-ФЗ «О защите конкуренции», микрофинансовая организация является финансовой организацией.

Кроме того, само содержание спорной рекламы подтверждает ее направленность на привлечение внимания потенциальных заемщиков. Таким образом, в рекламе предложены финансовые услуги по предоставлению займов.

В соответствии с частью 3 статьи 28 Закона о рекламе, 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.

Согласно разъяснениям ФАС России (письмо от 31.07.2014 №АД/30890/14) порядок расчета полной стоимости потребительского кредита (займа) с приведением формулы, по которой необходимо осуществлять расчет, установлен статьей 6 Федерального закона от 21.12.2013 N 353-ФЗ "О потребительском кредите (займе)"

Исходя из части 4 статьи 6 Федерального закона «О потребительском кредите (займе)» в расчет полной стоимости потребительского кредита (займа) включаются с учетом особенностей, установленных настоящей статьей, следующие платежи заемщика:

- 1) по погашению основной суммы долга по договору потребительского кредита (займа);
- 2) по уплате процентов по договору потребительского кредита (займа);
- 3) платежи заемщика в пользу кредитора, если обязанность заемщика по таким платежам следует из условий договора потребительского кредита (займа) и (или)

если выдача потребительского кредита (займа) поставлена в зависимость от совершения таких платежей;

4) плата за выпуск и обслуживание электронного средства платежа при заключении и исполнении договора потребительского кредита (займа);

5) платежи в пользу третьих лиц, если обязанность заемщика по уплате таких платежей следует из условий договора потребительского кредита (займа), в котором определены такие третьи лица, и (или) если выдача потребительского кредита (займа) поставлена в зависимость от заключения договора с третьим лицом. Если условиями договора потребительского кредита (займа) определено третье лицо, для расчета полной стоимости потребительского кредита (займа) используются применяемые этим лицом тарифы. Тарифы, используемые для расчета полной стоимости потребительского кредита (займа), могут не учитывать индивидуальные особенности заемщика. Если кредитор не учитывает такие особенности, заемщик должен быть проинформирован об этом. В случае, если при расчете полной стоимости потребительского кредита (займа) платежи в пользу третьих лиц не могут быть однозначно определены на весь срок кредитования, в расчет полной стоимости потребительского кредита (займа) включаются платежи в пользу третьих лиц за весь срок кредитования исходя из тарифов, определенных на день расчета полной стоимости потребительского кредита (займа). В случае, если договором потребительского кредита (займа) определены несколько третьих лиц, расчет полной стоимости потребительского кредита (займа) может производиться с использованием тарифов, применяемых любым из них, и с указанием информации о лице, тарифы которого были использованы при расчете полной стоимости потребительского кредита (займа), а также информации о том, что при обращении заемщика к иному лицу полная стоимость потребительского кредита (займа) может отличаться от расчетной;

6) сумма страховой премии по договору страхования в случае, если выгодоприобретателем по такому договору не является заемщик или лицо, признаваемое его близким родственником;

7) сумма страховой премии по договору добровольного страхования в случае, если в зависимости от заключения заемщиком договора добровольного страхования кредитором предлагаются разные условия договора потребительского кредита (займа), в том числе в части срока возврата потребительского кредита (займа) и (или) полной стоимости кредита (займа) в части процентной ставки и иных платежей.

Согласно пункту 25 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» к условиям, влияющим на стоимость кредита, в частности, могут относиться условия о размере процентной ставки, сумме и сроке кредита, платежах и комиссиях по кредитным операциям, а также о дополнительных расходах заемщика, связанных с получением кредита (по страхованию рисков, в том числе жизни, здоровья потенциального заемщика, нотариальному заверению документов, предоставлению обеспечения по кредитному договору, оценке имущества, передаваемого в залог, и др.).

В рассматриваемой рекламе объектом рекламирования являются займы от 1000 рублей и под 1,5%. Однако, все остальные условия (в том числе и максимальная

сумма займа, срок), определяющие полную стоимость кредита (займа) не указаны. Кроме того, на двух из четырех баннерах не указано что 1,5% - это процентная ставка в день.

Вместе с тем, согласно Информации об условиях предоставления, использования и возврата потребительского микрозайма, утвержденной Приказом Директора ООО МФО «Ангара» от 11.02.2016г. №11-02/2016, представленного Обществом, диапазоны значений полной стоимости потребительского займа, определенных с учетом требований закона №353 по видам потребительского займа составляет 730% годовых, процентная ставка 730% (для не високосного года) и 732% (для високосного года). Для пенсионеров 547,5% (для високосного года) и 549% (для високосного года). Сумма потребительского займа от 1 000 рублей до 15 000 рублей, срок возврата от 5 до 21 дня с момента предоставления микрозайма.

Таким образом, в рассматриваемой рекламе нарушены требования части 3 статьи 28 Закона о рекламе.

Требования части 3 статьи 28 Закона о рекламе напрямую корреспондирует с требованиями части 7 статьи 5 Закона о рекламе, согласно которой не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условии его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Рассматриваемая реклама ООО МФО «АНГАРА» направлена на формирование у потребителей желания воспользоваться предоставляемой услугой. В таком случае, существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителя такой рекламой. Тем самым, отсутствие какой-либо части информации о предоставляемых услугах не должно приводить к искажению смысла рекламы и способствовать введению в заблуждение потребителей имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми банковскими услугами.

Таким образом, рассматриваемая реклама не содержит таких существенных условий займа, предоставляемого ООО МФО «Ангара», как максимальная сумма займа, срок на который выдается займ, а также отсутствует информация о том, что 1,5 % в день – это процентная ставка только для пенсионеров.

Указание в рекламе существенной информации о рекламируемом товаре, об условии его приобретения или использования является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей.

Указанные нормы права приняты в интересах потребителя с целью формирования у него правильного (неискаженного и относительно полного) представления о рекламируемом объекте (услуге).

Как разъяснено в [пункте 28](#) постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе", рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые [Законом](#) о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу

сведений или условий оказания услуг.

Рассматриваемая реклама не содержит таких сведений как максимальная сумма займа, срок на который выдается займ, а также отсутствует информация о том, что 1,5 % в день – это процентная ставка только для пенсионеров а, следовательно, в ней отсутствует часть существенной информации для потребителя.

Таким образом, рассматриваемая реклама содержит нарушение требований части 7 статьи 5 Закона о рекламе, а именно: в ней отсутствует часть существенной информации об условиях приобретения рекламируемого товара, так как при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5, частью 3 статьи 28 Закона о рекламе, несет рекламоатель.

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламоатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержания лицо.

Согласно материалам дела рекламоателем рассматриваемой рекламы является ООО МФО «АНГАРА» (адрес местонахождения: 625002, г.Тюмень, ул.Профсоюзная, д.30/1, ИНН 7203357418, КПП 720301001, ОГРН 1157232035201, дата регистрации 24.09.2015г.).

Согласно части 4 статьи 38 Закона о рекламе нарушение рекламоателями, 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, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу, размещенную на двух торцах киоска по адресу: г. Тюмень по ул.Холодильной (недалеко от дома №51) следующего содержания: «*Бюро выдачи займов ООО МФО «АНГАРА» 60-50-55 займы до зарплаты и пенсии от 1000 рублей без залога и поручителей нужен только паспорт пенсионерам всегда ОДОБРЕНО низкая процентная ставка 1,5% возьми, займем!»*, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО МФО «АНГАРА» предписание о прекращении нарушений законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Тюменского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель комиссии: <...>

Члены комиссии: <...>

<...>

ПРЕДПИСАНИЕ № Р16/21-03

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе

25.05.2016г.

г. Тюмень

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

Председатель Комиссии: <...> - руководитель
управления;

<...> - заместитель начальника отдела,

Члены Комиссии:

<...> - ведущий специалист-эксперт,

на основании своего решения №Р16/21-02 от 25.05.2016г. по делу № Р16/21 о признании рекламы ООО МФО «АНГАРА», размещенной на двух торцах киоска по адресу: г. Тюмень по ул.Холодильной (недалеко от дома №51) следующего

содержания: «Бюро выдачи займов ООО МФО «АНГАРА» 60-50-55 займы до зарплаты и пенсии от 1000 рублей без залога и поручителей нужен только паспорт пенсионерам всегда ОДОБРЕНО низкая процентная ставка 1,5% возьми, займем!», ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»,

и в соответствии с частью 2 статьи 33 Закона о рекламе, пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ООО МФО «АНГАРА» (адрес местонахождения: 625002, г.Тюмень, ул.Профсоюзная, д.30/1, ИНН 7203357418, КПП 720301001, ОГРН 1157232035201, дата регистрации 24.09.2015г.), **в десятидневный срок с момента получения настоящего предписания**, устранить нарушение части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Федерального закона от 13 марта 2006 года №38-ФЗ «О рекламе», а именно: прекратить размещение рекламы финансовых услуг не содержащей части существенной информации о рекламируемом товаре, умалчивающей обо всех условиях, определяющих полную стоимость кредита (займа), если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

2. **В 5-дневный срок с момента исполнения настоящего предписания** представить в Тюменское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе, Тюменское УФАС России в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях вправе наложить штраф на должностных лиц 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

<...>

<...>