

Исх. №ВЧ-08/5650 от 10.06.2024 г.

Комиссия Татарстанского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии: <...> – (должностное лицо)
Члены Комиссии: <...> – (должностное лицо)
<...> – (должностное лицо)

рассмотрев дело №016/05/5-278/2024 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения в поисковой системе «Яндекс» рекламы с текстом: «<....>», что имеет признаки нарушения Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее- Закон «О рекламе»),

УСТАНОВИЛА:

В ходе проведения государственного надзора в сфере рекламы Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Управление) был установлен факт распространения рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» – поисковой системе «Яндекс» следующего содержания: «<....>», что имеет признаки нарушения Закона «О рекламе».

Фотоизображение рекламного объявления представлено ниже

<....>

Согласно части 1 статьи 3 Закона «О рекламе» под рекламой понимается 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.

Информация со сведениями: «<....>» в силу статьи 3 Закона «О рекламе» является рекламой, поскольку направлена на привлечение внимания и формирование интереса со стороны потребителей кредитов.

Согласно информации, размещенной на сайте по вышеуказанному адресу, лицом, в интересах которого распространяется реклама, является ООО МКК «Доверикс».

В рекламе финансовых услуг ООО МКК «Доверикс» (ОГРН: 127700408276, ИНН: 9722007040, адрес: 123007, г. Москва, 3-ая Магистральная ул, д.3, стр.1), распространенные на сайте «yandex.ru», сообщаются сведения о преимуществах рекламируемого товара, доступность всем и без отказов.

В соответствии с пунктом 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.

В соответствии с п. 29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 г. №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», при рассмотрении дел о признании рекламы недостоверной судам необходимо исходить из следующего.

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 соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Согласно части 7 статьи 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.

Кроме того, в соответствии с частью 3 статьи 28 Закона о рекламе, если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, использованием ими и погашением кредита или займа, содержит информацию о процентных ставках, такая реклама должна содержать информацию, указанную в пункте 10 части 4 статьи 5 Федерального закона "О потребительском кредите (займе)". Указанная информация должна предоставляться до предоставления информации о процентных ставках и указываться шрифтом, размер которого не менее чем шрифт, которым отображается информация о процентных ставках.

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 ходе анализа рекламного объявления с текстом: «<....>», Управлением было установлено, что после перехода по ссылке открывается страница<....>.

Данная страница и страница, которая открывается после перехода по ссылке, не содержит всех остальных условий, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющих на нее.

Согласно определению Верховного Суда Российской Федерации от 23 марта 2022 г. N 306-ЭС22-2085 следует, что требования, указанные в части 3 статьи 28 Закона о рекламе информация должна следовать непосредственно из текста рекламы, а не предоставляться под условием совершения гражданином дополнительных действий. В последнем случае такая информация считается отсутствующей.

Вместе с тем вышеуказанная рекламная информация не содержит информацию о диапазонах значений полной стоимости потребительского займа.

Учитывая изложенное, в рассматриваемом случае усматриваются признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Закона «О рекламе».

На основании части 6 статьи 38 Закона «О рекламе» следует, что за нарушение требований, установленных частью 3 статьи 5, частью 7 статьи 5, частью 3 статьи 28 Закона «О рекламе» несет ответственность рекламодатель.

Пунктом 5 статьи 3 Закона «О рекламе» установлено, что рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

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

Рекламодателем и рекламопроизводителем рассматриваемой рекламы является ООО МКК «Доверикс» (ОГРН: 127700408276, ИНН: 9722007040, адрес: 123007, г. Москва, 3-ая Магистральная ул, д. 3, стр. 1).

На рассмотрении дела №016/05/5-278/2024 05 июня 2024 года представитель Общества пояснила, что ошибка допущена из-за некомпетентности лица, ответственного за размещение рекламы, должностное лицо должным образом не осуществило проверку текста рекламы на соответствие законодательству о рекламе, на сегодняшний день нарушение устранено.

Ввиду изложенного и на основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», а также в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, распространенную от ООО МКК «Доверикс» в поисковой системе «Яндекс» с текстом: «<...>», поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Закона «О рекламе».
2. Рекламодателем и рекламопроизводителем признать ООО МКК «Доверикс».
3. Предписание ООО МКК «Доверикс» не выдавать.
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для рассмотрения вопроса о привлечение лица к административной ответственности.

Решение изготовлено в полном объеме 07 июня 2024 г. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии:

<...> – (должностное лицо)

Члены Комиссии:

<...> – (должностное лицо)

<...> – (должностное лицо)