

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ №058/05/5-667/2022

ября 2022 года

г. Пенза, ул. Урицкого, 127

публичная часть решения объявлена 28 ноября 2022 года.

Пензенского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

рассмотрев дело № 058/05/5-667/2022, возбужденное в отношении индивидуального предпринимателя по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно пункта 2 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5; части 1, пункта 2 части 2, и 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе»)

УСТАНОВИЛА:

Пензенское УФАС России поступило обращение Волго-Вятского главного управления территориального банка Российской Федерации (далее - Волго-Вятское ГУ Банка России) по поводу распространения ООО «Ломбард Чароит» рекламы с признаками нарушения законодательства о рекламе.

Пензенским УФАС России определением от 14.09.2022 по факту распространения по адресу: г. Пенза, ул. Луначарского, д. 4, пом. 3 рекламы, возбуждено дело № 058/05/5-2022 по признакам нарушения пункта 2 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5; части 1 и 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе» в отношении ООО «Ломбард Чароит».

определением от 13.10.2022 рассмотрение дела было отложено. К участию в деле была привлечена индивидуальный предприниматель .

11.2022 ИП в адрес Пензенского УФАС России представила договор №2 от 01.04.2021 №2 от 01.04.2021, заключенный с ООО «Классик-сервис» на изготовление визитки-календаря.

определением от 28.10.2022 рассмотрение дела было отложено. Рассмотрение дела отложено на 09.11.2022.

на заседании Комиссии, состоявшейся 09.11.2022, представитель ИП пояснил что, размещенные на фасаде здания и в помещении Ломбарда в клиентской зоне по адресу: г. Пенза, ул. Луначарского, д. 4, пом. 3 информационные стенды, были заказаны ИП, изготовлены и вывешены по ее поручению. Документы на изготовление информационных стендов не сохранились, в связи с истечением сроков хранения.

определением от 09.11.2022 исх. № 3312-2 ненадлежащий ответчик ООО «Ломбард Чароит» привлечен на надлежащего ответчика ИП . К участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечена ИП . Рассмотрение дела было отложено до 28.11.2022.

на заседании Комиссии, состоявшейся 28.11.2022, представитель Волго-Вятское ГУ Банка

ии поддержал доводы, изложенные в обращении.

рассмотрении настоящего дела ИП . не присутствовала. В адрес Пензенского УФАС ии 28.11.2022 представила ходатайство о рассмотрении дела в ее отсутствие.

ив представленные документы, заслушав пояснения лиц, участвующих в рассмотрении и, Комиссия пришла к следующему выводу.

представленных материалов следует, что в целях мониторинга деятельности ООО «Ломбард Чароит» Волго-Вятским ГУ Банка России в рамках своих полномочий осуществленальный осмотр адреса местонахождения ООО «Ломбард Чароит»: г. Пенза, ул. Луначарского, д. 4, пом. 3.

результатам проведенных мероприятий по указанному адресу установлено, что бард располагается на первом этаже жилого дома. Рядом с входом в помещение барда расположен двусторонний баннер: «Чароит. Ломбард Скупка Залог от 0,1% в , Оценка до 2150 руб/гр» (с изображением весов и мужчины в очках, внизу более мелким фтом указано «ООО «Ломбард Чароит» ИНН 5834039501, ОГРН 1075834003992 ИП эносовой Е.А. Свидетельство: 58№001356574 от 16.10.2007 г. ИФНС по Железнодорожному ну г. Пензы, ИНН 583501215053, ОГРН 307583428900031).

мещении Ломбарда в клиентской зоне размещен баннер с информацией следующего эржания: «Чароит Ломбард Скупка ювелирных изделий полновесный кредит» (с ражением весов и мужчины в очках).

ле того, представлена визитка календарь, полученная от работника Ломбарда, ующего содержания: «Чароит Полновесный кредит от 0.1% Ломбард Скупка...ИП эносова Е.А. ООО «Ломбард Чароит» (с указанием адресов и телефонов), «Продажа ирных изделий от 2900 руб./гр. м-н «Чароит», ул. Кирова, 58А, тел.: 59-51-22».

оответствии со статьёй 3 ФЗ «О рекламе» рекламой является информация, тространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, эсованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к экту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его движение на рынке; объект рекламирования – товар, средство его индивидуализации, говитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо зприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, ванные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена ама; товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для ажи, обмена или иного введения в оборот; ненадлежащая реклама – реклама, не ветствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

рмация, распространяемая по адресу: г. Пенза, ул. Луначарского, д. 4, пом. 3 и на тке, содержит все определяющие правовые признаки рекламы, позволяющие ифицировать ее именно в этом качестве и отличить от информации нерекламного ктера: предназначена для неопределенного круга лиц, направлена на привлечение ания к ломбарду, на мотивацию потребителя рекламы на выбор услуг, оказываемых бардом, в том числе на осуществление услуги: «скупка ювелирных изделий, залог, ка, полновесный кредит».

удя из текста рассматриваемой рекламы, объектом рекламирования являются услуги барда.

ответствии с требованиями части 1 статьи 2 Федерального закона от 19.07.2007 № 196-

О ломбардах» (далее – ФЗ «О ломбардах») ломбардом является юридическое лицо – специализированная коммерческая организация, основными видами деятельности которой являются предоставление краткосрочных займов гражданам и хранение вещей.

Согласно ст. 1 ФЗ «О ломбардах» определено, что ломбард осуществляет кредитование граждан под залог принадлежащих гражданам вещей и деятельности по хранению вещей.

Согласно части 4 статьи 2 ФЗ «О ломбардах» ломбарду запрещается заниматься какой-либо иной предпринимательской деятельностью, кроме предоставления краткосрочных займов гражданам под залог движимых вещей (движимого имущества), принадлежащих гражданину и предназначенных для личного потребления, хранения вещей, сдачи в аренду (аренду) недвижимого имущества, принадлежащего ломбарду на праве собственности (владения, субаренды), осуществления деятельности банковского платежного агента, а также оказания консультационных и информационных услуг.

Согласно указанной норме ломбарды не вправе осуществлять деятельность по скупке и продаже даже движимых вещей.

Согласно данным, содержащимся в ЕГРЮЛ, основным видом деятельности ООО «Ломбард ЗИТ» является деятельность по предоставлению ломбардами краткосрочных займов под залог движимого имущества.

Согласно ст. 5 ФЗ «О рекламе» 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.

Согласно ст. 7 ФЗ «О рекламе» не допускается реклама, в которой искажается часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводится в заблуждение потребитель рекламы.

Согласно Постановлению Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами ФЗ «О рекламе» информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителей верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

В рассматриваемой рекламе указано: «...Скупка ювелирных изделий...».

Согласно вышесказанной рекламе ломбарда информация о деятельности, запрещенной ст. 2 ФЗ «О ломбардах» свидетельствует о том, что в ней содержатся не соответствующие действительности сведения о характеристиках предоставляемых ломбардом услуг, а именно «скупка», что нарушает требования пункта 2 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Наличие довода о том, что на информационных стендах указана информация о лице, которое осуществляет скупку золота и ювелирных изделий, а именно ИП , Комиссия не является следующим.

В рекламе под коммерческим наименованием «Чароит» указаны виды деятельности: «ломбард скупка (крупными буквами) залог оценка». Из текста рекламы не следует, каким

рентно субъектом оказываются указанные услуги.

им образом, в рекламе отсутствует существенная информация о лице, оказывающем рентные услуги, указанные в рекламе. Потребителю важно знать какое лицо делает предложение о скупке золота и ювелирных изделий.

асно Постановлению Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах стики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (пункт 28), ка рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего иальными знаниями.

ле того, в рекламе, размещенной в помещении Ломбарда в клиентской зоне, указано: оит Ломбард Скупка ювелирных изделий полновесный кредит» (с изображением весов жчины в очках).

ответствии с частью 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных нсовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти ги (для юридического лица – наименование, для индивидуального предпринимателя – лию, имя, отчество).

ответствии с пунктом 6 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите урентии» (далее – ФЗ «О защите конкуренции») ломбард является финансовой инизацией.

ответствии с пунктом 2 статьи 4 ФЗ «О защите конкуренции» под финансовой услугой мается, в том числе, оказываемая финансовой организацией и связанная с лечением и (или) размещением средств юридических и физических лиц.

ама, размещенная в помещении Ломбарда в клиентской зоне, об услугах ломбарда этся рекламой финансовых услуг и должна соответствовать как общим требованиям, дъявляемым к рекламе, так и положениям статьи 28 ФЗ «О рекламе», устанавливающей иальные требования к рекламе финансовых услуг.

истемного анализа положений ФЗ «О рекламе» следует, что требование статьи 28 этого на следует применять в совокупности и взаимосвязи с частью 7 статьи 5 Закона.

анные нормы приняты в интересах потребителя, с целью формирования у него зильного (неискаженного и относительно полного) представления о рекламируемом экте (услуге).

эте с тем, в рекламе, размещенной в помещении Ломбарда в клиентской зоне, эржится информация об услугах ломбарда, без указания имени лица, оказывающего услуги. То есть в рекламе отсутствует полное наименование лица, оказывающего ые услуги, что является нарушением части 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

ебителю важно знать какое лицо делает предложение о займах. Поэтому в рекламе нсовых услуг в обязательном порядке следует указывать наименование или имя лица, ывающего эти услуги.

олько в рекламе указана финансовая услуга – «Ломбард...кредит», которая авлена на формирование у потребителя желания ею воспользоваться, то ественной является также подробная информация, относящаяся к займу (кредиту).

им образом, отсутствие в рекламе какой-либо существенной части информации об гах ломбарда приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в

уждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемым займом.

ле того, на визитке-календаре содержится информация о кредите от 0,1% (полновесный цит от 0,1%).

ответствии с [пунктом 2 части 2 статьи 28](#) Закона о рекламе, реклама банковских, иховых и иных финансовых услуг не должна умалчивать об иных условиях оказания ответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся гами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами и, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

асно [части 3 статьи 28](#) Закона о рекламе, если реклама услуг, связанных с доставлением кредита или займа, пользованием им и погашением кредита или займа, эржит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна эржать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа) эделяемую в соответствии с Федеральным [законом](#) "О потребительском кредите ме)", для заемщика и влияющие на нее.

[том 25](#) постановления Пленума ВАС РФ N 58 от 08.10.2012 года определено, что к условиям, влияющим на стоимость кредита, в частности, могут относиться условия о лере процентной ставки, сумме и сроке кредита, платежах и комиссиях по кредитным ациям, а также о дополнительных расходах заемщика, связанных с получением цита (по страхованию рисков, в том числе жизни, здоровья потенциального заемщика, риальному заверению документов, предоставлению обеспечения по кредитному вору, оценке имущества, передаваемого в залог, и др.).

асно разъяснениям ФАС России от 31.07.2014 г. N АД/30890/14 к условиям, эделяющим полную стоимость кредита, могут быть отнесены: сумма потребительского цита (займа); срок действия договора потребительского кредита (займа) и срок рата потребительского кредита (займа); валюта, в которой предоставляется ебительский кредит (заем); процентная ставка в процентах годовых, а при применении эменной процентной ставки - порядок ее определения.

ювия договора потребительского кредита (займа) установлены [статьей 5](#) Федерального на от 21.12.2013 N 353-ФЗ "О потребительском кредите (займе)", в состав которых входят ие и индивидуальные условия. В силу названной [статьи](#) к условиям, определяющим юю стоимость займа, могут быть отнесены: сумма потребительского кредита (займа); с действия договора потребительского кредита (займа) и срок возврата ебительского кредита (займа); валюта, в которой предоставляется потребительский цит (заем); процентная ставка в процентах годовых, а при применении переменной центной ставки - порядок ее определения; иные платежи заемщика, обязанность ествления которых заемщиком следует из условий договора потребительского цита (займа).

ядок расчета полной стоимости потребительского кредита (займа) с приведением мулы, по которой необходимо осуществлять расчет, установлен [статьей 6](#) эрального закона от 21.12.2013 N 353-ФЗ "О потребительском кредите (займе)".

ывая приведенные законоположения, следует признать, что к условиям, определяющим юю стоимость займа, могут быть отнесены: сумма потребительского займа; срок ствия договора потребительского займа и срок возврата потребительского займа; центная ставка в процентах годовых, а при применении переменной процентной ставки ярядок ее определения.

ако в рекламе, помимо процентной ставки, не приведены иные условия кредитного вора, определяющие стоимость кредита для заемщика и влияющие на него.

жкламе, сообщающей лишь привлекательное условие – полновесный кредит от 0,1%, тствует существенная информация обо всех остальных условиях, влияющих на полную мость такого кредита.

атериалы дела №058/05/5-667/2022 ООО «Ломбард Чароит» представлены условия доставления займа (оплата услуг ломбарда по предоставлению займа под залог имого имущества с 17.10.2022) согласно которым установлено следующее:

1. оплата услуг ломбарда 0,3% - срок 30 дней, 0,30% от суммы займа в день до 9999 руб;
2. оплата услуг ломбарда 0,28% - срок 30 дней, 0,28% от суммы займа в день от 10 000 до 19999 руб;
3. оплата услуг ломбарда 0,27% - срок 30 дней, 0,27% от суммы займа в день от 20 000 до 49999 руб;
4. оплата услуг ломбарда 0,25% - срок 30 дней, 0,25% от суммы займа в день от 50 000 до 99999 руб;
5. оплата услуг ломбарда 0,18% - срок 61 день, 0,18% от суммы займа в день от 100 000 руб;
6. оплата услуг ломбарда «Первый займ 0,1% в день» - срок 30 дней, 0,1% от суммы займа в день.

де рассмотрения дела установлено, что размер займа «Первый займ 0,1% в день», ваемого на руки составляет от 0,1% в день от суммы оценки закладываемого цества.

довательно, в рассматриваемой рекламе «полноценный кредит от 0.1%», при указании , привлекательного условия кредита (займа) - от 0,1%, умалчиваются фактические вия, способные повлиять на полную стоимость кредита (займа), по которым в барде предоставляются займы под залог вещей, а именно, сведения о сроке действия вора займа, сроке возврата займа. Также отсутствует существенная информация о что займ должен быть взят впервые, размер займа зависит от суммы оценки адываемого имущества.

здение до потребителей рекламы только привлекательных условий выдачи займов при тствии всех остальных условий займа, определяющих окончательную стоимость таких юв для заемщиков и влияющих на нее, лишает их возможности получения информации /словиях получения займов в полном объеме, что приводит к искажению смысла амы и способствует введению в заблуждение потребителей (потенциальных щиков), имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми услугами займа, и ет привести к неоправданным ожиданиям в отношении сделки, которую потребители зрены заключить, воспользовавшись рекламным предложением, тем самым лишает их ожности принятия правильного решения по выбору финансовой услуги в виде займа.

иду тем, действующим законодательством о рекламе закреплена обязанность доводить потребителей рекламы все необходимые сведения, способные формировать зильное (достоверное) представление об объекте рекламирования.

зматриваемая реклама направлена на формирование у потребителей желания юльзоваться предоставляемой услугой. В таком случае, существенной является не ко информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная знуть ожидания, сформированные у потребителя такой рекламой. Тем самым,

тствие какой-либо части информации о предоставляемых услугах не должно приводить к изжению смысла рекламы и способствовать введению в заблуждение потребителей, эщих намерение приобрести рекламируемый товар.

ание в рекламе всех условий определяющих полную стоимость кредита (займа) этся одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей.

анные нормы права приняты в интересах потребителя с целью формирования у него зильного (неискаженного и относительно полного) представления о рекламируемом жкте (услуге).

им образом, Комиссия Пензенского УФАС России учитывая совокупность имеющихся изательств, в том числе материалы предоставленные в адрес Управления, приходит к ду о нарушении в рассматриваемой рекламе требований пункта 2 части 3 статьи 5, и 7 статьи 5; части 1, пункта 2 части 2, части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

асно пункту 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям одательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

ответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за лшение требований, установленных частями 2-8 статьи 5, статьей 28 законодательства зийской Федерации о рекламе несет рекламодаделец.

ответствии с пунктом 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», рекламодаделец – говитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и) содержание рекламы лицо.

следует из представленных в материалы дела документов, рекламодалем матриваемой рекламы является ИП .

им образом, ИП нарушила требования пункта 2 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5; части нкта 2 части 2, части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

асно статье 1 Закона о рекламе, целями данного закона являются развитие рынков ров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, печение в Российской Федерации единства экономического пространства, изации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, упреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а ке пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

тей 33 Закона о рекламе предусмотрены полномочия антимонопольного органа на дествление государственного надзора в сфере рекламы, в частности, выдавать амодателям, рекламораспространителям, рекламопроизводителям обязательные для лнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской эрации о рекламе.

.2022 ИП представила в адрес Пензенского УФАС России письменные пояснения из рых следует, что реклама, размещенная по адресу: г. Пенза, ул.Луначарского, 4, п. 3 едена в соответствие с законодательством о рекламе. Визитки-календари сняты с тространения.

ззи с чем, Комиссия приходит к выводу предписание не выдавать.

силу части 4 статьи 38 ФЗ «О рекламе» нарушение рекламодалцами, амопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской

эрации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

исходя из положений части 2 пункта 1 статьи 33, части 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42-47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе от 24.11.2020 № 1922, Комиссия

РЕШИЛА:

признать ненадлежащей рекламу ломбарда «Чароит», распространяемую ИП на территории здания и в помещении Ломбарда в клиентской зоне по адресу: г. Пенза, ул. Мичарского, д. 4, пом. 3, на визитке-календаре, поскольку в ней нарушены требования части 2 статьи 5, части 7 статьи 5; части 1, пункта 2 части 2, части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе»;

предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не выдавать.

передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Пензенского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.