

РЕШЕНИЕ

по делу № 06-06/04-2018

07 февраля 2018 года город Омск

Комиссия Омского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, рассмотрев дело № 06-06/04-2018 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту размещения обществом с ограниченной ответственностью «АРИАДНА» микрокредитная компания (далее – ООО «АРИАДНА» МКК, Общество) (ИНН 5503250670, ОГРН 1145543024197, местонахождение: 644024, г. Омск, ул. Т.К. Щербанева, 35) рекламы в журнале «Антенна-Телесемь в Омске» № 50 и № 52, декабрь 2017 года, содержащей признаки нарушения требований пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в присутствии законного представителя ООО «АРИАДНА» МКК

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Управлением Федеральной антимонопольной службы по Омской области выявлен факт распространения в декабре 2017 года в журнале «Антенна-Телесемь в Омске» № 50 и № 52 рекламы микрокредитной компании «Ариадна», содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе:

«Омская микрокредитная компания «Ариадна»

ЗАЙМЫ самые низкие %

Выгодный график платежей до 12 месяцев

Рефинансирование

Пусть в Новом году мечты сбываются! Ваша Ариадна

Офисы во всех районах города

Дополнительная информация по телефону 470-205 www.mfo-ariadna.ru

ООО «Ариадна» МКК Рег.№ 651403552005353 от 10.07.2014г. в гос.реестре МФО ЦБ РФ».

В соответствии с [пунктом 1 статьи 3](#) Федерального закона «О рекламе» реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме, 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.

Согласно [пункту 2](#) статьи 3 Федерального 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.

[Пункт 3](#) статьи 3 Федерального закона «О рекламе» содержит определение товара, согласно которому товар - это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Вышеуказанная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками – распространена в адрес неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания, формирование и поддержание интереса неопределенного круга лиц к компании «Ариадна» и к оказываемым ею услугам.

В пункте 29 Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения Арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (далее - Пленум Высшего Арбитражного суда Российской Федерации № 58) указано, что 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.

Учитывая разъяснения Пленума Высшего Арбитражного суда № 58, при использовании в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», «самый» и т.п., необходимо указывать конкретный критерий, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Соответственно, реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, считается недостоверной как содержащая не соответствующие

действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

Информация о том, по каким именно критериям было использовано утверждение «самые низкие % », в распространенной рекламе компании «Ариадна» отсутствовала.

По информации ООО «ТелеСемь.Омск», рекламодателем указанной рекламы, т.е. изготовителем или продавцом товара либо иным определившим объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицом, является ООО «АРИАДНА» МКК в силу договора № 02-/1216 от 02 декабря 2016 года на оказание услуг по размещению рекламы в журнале «Антенна-Телесемь в Омске».

На запрос Омского УФАС России ООО «АРИАДНА» МКК представлены пояснения (вх. 487 от 22.01.2018), из которых, в частности следует: «ООО «АРИАДНА» МКК до момента опубликования рекламы в журнале «Антенна-Телесемь Омск» был проведен мониторинг условий предоставления потребительских займов как самим рекламодателем, так и иными микрофинансовыми организациями на территории г. Омска...

В результате мониторинга было установлено, что величина процентных ставок, применяемая ООО «АРИАДНА» МКК в период опубликования рекламного объявления, ниже величины процентных ставок, применяемых как самим рекламодателем в предшествующих периодах (а именно: 2016г., 2017г.), так и иными микрофинансовыми организациями, предоставляющими потребительские займы на территории г. Омска, по соответствующим категориям потребительских займов. Более того, было установлено, что значительное количество названных микрофинансовых организаций предоставляет потребительские микрозаймы на срок не более 15-30 дней, в то время как наша компания предоставляет потребительские займы на срок до 365 дней...

При этом сравнение процентных ставок производилось применительно к сопоставимым условиям, в частности, по срокам предоставления займов (например, если одна микрофинансовая организация предоставляет потребительские займы на срок до 30 дней, а другая на срок до 365 дней, то очевидно, что процентная ставка, установленная второй организацией в договоре потребительского займа, заключенного на срок 365 дней, будет самая низкая, поскольку первая организация вообще такие займы не предоставляет)».

Определением от 26.01.2018 Омским УФАС России в отношении ООО «АРИАДНА» МКК было возбуждено дело № 06-06/04-2018 по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе». Согласно пункту 1 части 3 статьи 5 Федерального 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.

На определение Омского УФАС России № 06-06/04-2018 о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ООО «АРИАДНА» МКК был представлен отзыв (вх. № 853 от 01.02.2018), из которого также следовало, что Общество не согласно с наличием в его действиях фактов нарушения законодательства о рекламе.

Рассмотрев доводы, изложенные ООО «АРИАДНА» МКК в отзыве на определение, Комиссия Омского УФАС России установила следующее.

Отсутствие в рекламе критериев сравнения не дает возможность потребителю сформировать верного, истинного представления о товаре (услугу), его качестве, потребительских свойствах, допускает возможность проведения потребителями рекламы такого сравнения по любому критерию.

Термин «критерий» означает:

1. Мерило оценки, суждения.

Мерило - признак, свойство, на основе которого можно определить, оценить что-нибудь.

(С.И. Ожегов и Н.Ю. Шведова. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений/Российская академия наук. Институт русского языка имени В.В. Виноградова. – 4-е изд., дополненное. – М.: «А ТЕМП», 2004).

2. Признак, на основании которого производится оценка, определение или квалификация чего-либо (Т.Ф. Ефремова. Современный толковый словарь русского языка. М.: АСТ, Астрель, 2006).

Учитывая лексическое значение термина, критерий является признаком, по которому проводится сравнение - процесс количественного или качественного сопоставления разных свойств (сходств, отличий, преимуществ и недостатков) двух и более объектов.

Таким образом, указание в рекламе такого условия предоставления займов, как процентная ставка (по мнению ООО «АРИАДНА» МКК), не может рассматриваться как критерий обоснованности употребления в рекламе утверждения «самые низкие».

В силу [пункта 28](#) Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда № 58 указано, что оценка рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Рекламная информация должна быть изложена таким образом, чтобы потребитель был правильно проинформирован и имел возможность свободно

и осознано осуществлять свой выбор среди схожих на рынке товаров и услуг.

Потребители рассматриваемой рекламы, не обладающие специальными познаниями в области лингвистики, понимают рекламу буквально: компания «АРИАДНА» предоставляет займы под самые низкие проценты, нежели другие хозяйствующие субъекты, оказывающие аналогичные финансовые услуги по предоставлению займов.

Таким образом, возможность предоставления ООО «АРИАДНА» МКК займа под самый низкий процент заявлена в рекламе как одно из преимуществ оказываемой Обществом услуги.

При этом согласно представленному ООО «АРИАДНА» МКК мониторингу условий предоставления потребительских займов сравнение процентных ставок производилось среди микрофинансовых организаций, выдающих займы не на одинаковых условиях, в частности на разные сроки предоставления займов, от которых, в том числе, зависит размер процентной ставки. Следовательно, представленная информация не может рассматриваться в качестве объективного подтверждения заявленной в рекламе информации о том, что Обществом предоставляются займы под самый низкий процент.

По определению (пункт 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», несет рекламодаделец.

Учитывая вышеизложенное, рассмотрев материалы дела, заслушав пояснения представителя Общества, Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу о нарушении ООО «АРИАДНА» МКК требований пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» при распространении рекламы в журнале «Антенна-Телесемь в Омске».

Из материалов дела следует, что согласно приложению № 1.9 от 06.12.2017 к договору № 02-/1216 от 02 декабря 2016 года на оказание услуг по размещению рекламы, актам приемки услуг от 13.12.2017, 27.12.2017 вышеуказанная реклама ООО «АРИАДНА» МКК носила разовый характер и размещалась в журнале «Антенна-Телесемь в Омске» в № 50 от 13.12.2017 и № 52 от 27.12.2017, в связи с чем Комиссией Омского УФАС России сделан вывод о нецелесообразности выдачи ООО «АРИАДНА» МКК предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 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 «Омская микрокредитная компания «Ариадна»

ЗАЙМЫ самые низкие %

Выгодный график платежей до 12 месяцев

Рефинансирование

Пусть в Новом году мечты сбываются! Ваша Ариадна

Офисы во всех районах города

Дополнительная информация по телефону 470-205 www.mfo-ariadna.ru

ООО «Ариадна» МКК Рег.№ 651403552005353 от 10.07.2014г. в гос.реестре МФО ЦБ РФ», размещенную ООО «АРИАДНА» МКК (ИНН 5503250670, ОГРН 1145543024197) в декабре 2017 года в журнале «Антенна-Телесемь в Омске» № 50 и № 52, ненадлежащей, нарушающей требования пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Не выдавать ООО «АРИАДНА» МКК предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в связи с тем, что в настоящее время указанная реклама не распространяется.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Омского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 08 февраля 2018 года.

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