

РЕШЕНИЕ

ПО ДЕЛУ № 03-18/105-2014

О ПРИЗНАНИИ РЕКЛАМЫ НЕНАДЛЕЖАЩЕЙ

«30» сентября 2014 г.

г. Йошкар-Ола

Резолютивная часть решения объявлена: «16» сентября 2014 г.

Полный текст решения изготовлен: «30» сентября 2014 г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии

член Комиссии: специалист

член Комиссии: специалист

рассмотрев дело № 03-18/105-2014 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения при помощи рекламного стенда, расположенного по адресу: пр-т Ленинский, рядом со зданием № 38, г. Йошкар-Ола, Республика Марий Эл рекламы следующего содержания:



(далее – Реклама),

в присутствии:

- законного представителя ООО «ГУДМАНИ» - П. (паспорт <...> выписка из ЕГРЮЛ);
- представителя ООО «ГУДМАНИ» - В. на основании генеральной доверенности от 01.11.2013 г.,
- представителя ООО «ГУДМАНИ» - Л. на основании доверенности № 21 от 11.08.2014 г.,

УСТАНОВИЛА:

В целях осуществления государственного контроля за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее — Марийское УФАС России) был произведен мониторинг наружной рекламы на территории г. Йошкар-Олы.

В ходе мониторинга была обнаружена реклама, содержащая признаки нарушения части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28, части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 – ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), распространенная при помощи рекламного стенда, расположенного по адресу: пр-т Ленинский, рядом со зданием № 38, г. Йошкар-Ола, Республика Марий Эл.

Согласно статье 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. Под объектом рекламирования понимают товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности

либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама. Товаром признается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена (письмо ФАС России от 05.04.2007 № АЦ/4624).

Таким образом, признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, формировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя.

Из содержания рекламы следует, что объектом рекламирования является не только услуга по предоставлению микрозаймов, но и непосредственно ООО «ГУДМАНИ», целью рекламирования которого является привлечение внимания потенциальных потребителей к деятельности общества.

Данное обстоятельство не оспаривается обществом, что подтверждается письменными пояснениями ООО «ГУДМАНИ» от 12.08.2014 (вх. 6906).

Проанализировав содержание спорной информации, способы её размещения и распространения, Комиссия Марийского УФАС России приходит к выводу, что указанная информация по своему содержанию и целевой направленности является рекламой, так как адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования, формирование или поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке.

Пунктами 5, 6, 7 статьи 3 Закона о рекламе предусмотрены понятия рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя. Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Из материалов дела № 03-18/105-2014 следует, что между ООО «ГУДМАНИ» и ИП Б. «29» ноября 2013 г. заключен договор на производство рекламной продукции и предоставление рекламных услуг (далее — Договор).

По указанному Договору ИП Б. обязуется выполнить/изготовить и передать ООО «ГУДМАНИ» услуги/товар, наименование, цена, количество, ассортимент которого определяются сторонами в спецификациях № 1, № 2. В свою очередь, ООО «ГУДМАНИ» обязано данные услуги/товар принять и оплатить.

В материалах дела № 03-18/105-2014 также имеется счет № 49 от 20.05.2014 г., выставленный ИП Б. на оплату, оказываемых ей услуг в размере 6 464 рублей,

платежное поручение № 157 от 28.05.2014 на указанную сумму и акт выполненных работ № 55 от 29.05.2014, подтверждающие исполнение вышеуказанных договорных отношений.

В своих письменных пояснениях от 12.08.2014 г. (вх. 6906) ООО «ГУДМАНИ» также сообщило, что является рекламодателем и рекламодателем вышеуказанной рекламы, рекламопроизводителем — ИП Б., макет рекламы был разработан обществом самостоятельно, согласование макета производилось путем электронной переписки.

Таким образом, Комиссия Марийского УФАС России на основе собранных по делу доказательств установила, что рекламодателем и рекламодателем рассматриваемой рекламной информации является ООО «ГУДМАНИ», рекламопроизводителем — ИП Б.

В [статье 5](#) Закона о рекламе содержатся общие требования к рекламе, а именно: реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

При этом 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 (часть 7 статьи 5 Закона о рекламе).

Исходя из анализа приведенных нормативных положений, целью рекламы является не просто продвижение соответствующего товара (работы, услуги), а доведение до потребителя всех необходимых сведений, способных вызвать у ее потребителя правильное (неискаженное) представление об объекте рекламирования. Недостаточная информированность потребителя обо всех условиях рекламируемого товара (работы, услуги), имеющая место в силу недобросовестного поведения организации, предоставляющей услуги или реализующей товар, приведет к неоправданным ожиданиям названного лица, прежде всего, в отношении сделки, которую он намерен заключить.

Пунктом 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе установлено, что реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг 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.

Частью 3 статьи 28 Закона о рекламе установлено, что реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, использованием 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 статье 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135 – ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции) финансовая услуга - 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.

Под финансовой организацией понимают 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) (статья 4 Закона о защите конкуренции).

Согласно свидетельству о внесении сведений о юридическом лице в государственный реестр микрофинансовых организаций ООО «ГУДМАНИ» является финансовой организацией (регистрационный номер записи № 651303388004309), а, следовательно, общество оказывает финансовые услуги.

В рассматриваемой рекламной информации указана процентная ставка в размере 0,5 % в день, каких — либо иных сведений о рекламируемой финансовой услуге не содержится.

Марийским УФАС России произведен осмотр интернет – сайта <http://goodmoneyllc.ru/>, указанного в рассматриваемой рекламной информации (зафиксировано протоколом осмотра интернет — сайта от 29.07.2014 г.) По итогам рассмотрения интернет – сайта <http://goodmoneyllc.ru/> антимонопольным органом обнаружены правила предоставления микрозаймов ООО «ГУДМАНИ», утвержденных приказом № 1 – од от 22.11.2013 г. (далее — Правила), согласно которым микрозаймы могут быть предоставлены обществом физическим лицам (в т.ч. имеющим статус индивидуальных предпринимателей), займы предоставляются обществом как наличными денежными средствами, так и безналичным перечислением на карту, без залога и поручительства при сумме займа, не превышающей 50 000 рублей.

Правилами также установлены:

- минимальная сумма займа в размере 1 000 рублей/максимальная сумма займа определяется тарифным планом;
- установлены минимальный и максимальный срок займа от 3 до 30 календарных дней.

В рассматриваемой рекламе содержится информация только о минимальной процентной ставке в размере 0,5 %, однако, Правилами установлено, что процентная ставка может составлять 1,5% за каждый день пользования займом.

Кроме того, ООО «ГУДМАНИ» представило в материалы дела № 03-18/105-2014 сборник тарифных планов потребительских микрозаймов, выдаваемых ООО «ГУДМАНИ»; информацию об условиях предоставления, использования и возврата потребительского микрозайма, утвержденную приказом № 3 — од от 27.06.2014 г. (редакция № 2 от 27.06.2014).

№

Из анализа информации, размещенной на сайте ООО «ГУДМАНИ» (<http://goodmoneyllc.ru/>), и, представленной обществом в рамках дела № 03-18/105-2014 Марийским УФАС России установлено, что существенными условиями рекламируемой финансовой услуги являются: сумма займа (минимальная сумма займа в размере 1 000 рублей/максимальная сумма займа определяется тарифным планом); срок займа (от 1 до 30 дней); процентная ставка (от 0,5 % до 1,5 % в день).

Поскольку указанная информация является существенной, выявленные условия предоставления микрозаймов напрямую отразятся на сумме расходов и доходов будущих потребителей, в связи с чем, антимонопольный орган пришел к выводу, что отсутствие данной информации в рекламе способно ввести потребителя в заблуждение относительно рекламируемого продукта.

Таким образом, Комиссия Марийского УФАС России установила, что при распространении рассматриваемой рекламы ООО «ГУДМАНИ» не были отражены все существенные условия предоставления микрозаймов, указанные на сайте общества и в документах, представленных в материалы дела № 03-18/105-2014, а, следовательно, данная реклама нарушает требования части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28, части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 – ФЗ «О рекламе» и является ненадлежащей.

В соответствии со [статьей 38](#) Закона о рекламе ответственность за нарушение части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28, части 3 статьи 28 указанного закона несет рекламодаделец – ООО «ГУДМАНИ».

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламоделателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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 ненадлежащей рекламу ООО «ГУДМАНИ» следующего содержания:



распространенную при помощи рекламного стенда, расположенного по адресу: пр-т Ленинский, рядом со зданием № 38, г. Йошкар — Ола, Республика Марий Эл, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28, части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 – ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО «ГУДМАНИ» обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Марийского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении в соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии

Члены Комиссии:

ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

ПО ДЕЛУ 03-18/105-2014

«30» сентября 2014 г.

г. Йошкар - Ола

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии

член Комиссии

член Комиссии

на основании своего решения от «30» сентября 2014 г. по делу № 03-18/105-2014 о признании ненадлежащей рекламы ООО «ГУДМАНИ» следующего содержания:



,распространенной посредством рекламного стенда, расположенного по адресу: пр — т Ленинский, рядом со зданием № 38, г. Йошкар — Ола, Республика Марий Эл и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Обществу с ограниченной ответственностью «ГУДМАНИ» в десятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе.
2. ООО «ГУДМАНИ» представить в Управление Федеральной антимонопольной службы России по Республике Марий Эл письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания в течение трех дней с момента его исполнения.

Примечание:

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Управление Федеральной антимонопольной службы России по республике Марий Эл вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф 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: