

РЕШЕНИЕ

21 декабря 2015 года

(изготовление решения в полном объеме)

17 декабря 2015 года

(оглашение резолютивной части)

№ 03-01/11278

г. Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия), в составе: <...>; рассмотрев материалы дела № Р 65-10/15, возбужденного в отношении индивидуального предпринимателя <...>а Алексея Сергеевича (далее – ИП <...> А.С.), адрес места нахождения: <...>, по факту распространения на рекламной конструкции, расположенной в г. Воркуте на улице Ленина возле дома № 50 (в районе Центральной городской библиотеки им. А.С. Пушкина) рекламы следующего содержания: «Дам деньги за час!!! до 50.000 руб. 8-912-176-71-55» с признаками нарушения требований ч. 7 ст. 5 и ч.ч. 1, 3, 13 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в отсутствие:

- заявителя – <...>ой М.Н., надлежащим образом извещенной о времени и месте рассмотрения дела, что подтверждается уведомлением о вручении 05.12.2015 почтового отправления № 16799191786626;
- ИП <...>а А.С., надлежащим образом извещенного о времени и месте рассмотрения дела, что подтверждается уведомлением о вручении 07.12.2015 почтового отправления № 16799191786619,

УСТАНОВИЛА:

В Коми УФАС России поступило заявление <...>ой М.Н. от 05.08.2015 (вх. № П-142 от 05.08.2015) по факту распространения на рекламной конструкции, расположенной в г. Воркуте на улице Ленина возле дома № 50 (в районе Центральной городской библиотеки им. А.С. Пушкина), информации следующего содержания: «Дам деньги за час!!! до 50.000 руб. 8-912-176-71-55» (далее – рассматриваемая реклама).

По указанному факту определением № 03-01/9026 от 12.10.2015 возбуждено дело № Р 65-10/15 по признакам нарушения ч. 7 ст. 5 и ч.ч. 1, 3, 13 ст. 28 Закона о рекламе в

отношении ИП <...>а А.С.

Из материалов дела № Р 65-10/15 (далее – рекламное дело) усматривается нижеследующее.

В соответствии с п. 1 ст. 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.

Вышеуказанная информация содержит все правовые признаки рекламы:

- распространена посредством размещения на рекламной конструкции в г. Воркуте на улице Ленина возле дома № 50 (в районе Центральной городской библиотеки им. А.С. Пушкина);
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – финансовой услуге - займу, формирование и поддержание интереса к нему, и его продвижение на рынке.

Таким образом, указанная информация, размещенная на рекламной конструкции в г. Воркуте на улице Ленина возле дома № 50 (в районе Центральной городской библиотеки им. А.С. Пушкина), является рекламой.

Согласно ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе, реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица – наименование, для индивидуального предпринимателя – фамилию, имя, отчество) (в редакции, действующей на момент распространения рекламы).

В силу ч. 4 ст. 2 Закона о рекламе, специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

Из содержания рассматриваемой рекламы усматривается, что она не является явно не относящейся к рекламе финансовых услуг.

В соответствии со ст. 4 Федерального закона от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» финансовой организацией является 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); финансовая услуга – это 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 ч. 1 ст. 807 Гражданского Кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ) по договору займа одна сторона (займодавец) передает в собственность другой стороне (заемщику) деньги или другие вещи, определенные родовыми признаками, а заемщик обязуется возвратить займодавцу такую же сумму денег (сумму займа) или равное количество других полученных им вещей того же рода и качества.

В силу ч. 1, 2 ст. 809 ГК РФ если иное не предусмотрено законом или договором займа, займодавец имеет право на получение с заемщика процентов на сумму займа в размерах и в порядке, определенных договором. При отсутствии в договоре условия о размере процентов их размер определяется существующей в месте жительства займодавца, а если займодавцем является юридическое лицо, в месте его нахождения ставкой банковского процента ([СТАВКОЙ РЕФИНАНСИРОВАНИЯ](#)) на день уплаты заемщиком суммы долга или его соответствующей части. При отсутствии иного соглашения проценты выплачиваются ежемесячно до дня возврата суммы займа.

В соответствии со ст. 3 Федерального закона от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» (далее – Закон о потребительском кредите (займе)) потребительский кредит (займ) – денежные средства, предоставленные кредитором заемщику на основании кредитного договора, договора займа, в том числе с использованием электронных средств платежа, в целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности (далее – договор потребительского кредита (займа)), в том числе с лимитом кредитования; профессиональная деятельность по предоставлению потребительских займов – деятельность юридического лица или индивидуального предпринимателя по предоставлению потребительских займов в денежной форме, осуществляемая за счет систематически привлекаемых на возвратной и платной основе денежных средств и (или) осуществляемая не менее чем четыре раза в течение одного года (кроме займов, предоставляемых работодателем работнику, и иных случаев, предусмотренных федеральным законом).

Согласно п. 1 ст. 54 ГК РФ юридическое лицо имеет свое наименование, содержащее указание на организационно-правовую форму, а в случаях, когда законом предусмотрена возможность создания вида юридического лица, указание только на такой вид. Наименование некоммерческой организации и в предусмотренных законом случаях наименование коммерческой организации должны содержать указание на характер деятельности юридического лица.

Пунктом 4 ст. 54 ГК РФ установлено, что юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, должно иметь фирменное наименование.

В соответствии с ч. 1 и 2 ст. 1473 ГК РФ юридическое лицо, являющееся

коммерческой организацией, выступает в гражданском обороте под своим фирменным наименованием, которое определяется в его учредительных документах и включается в единый государственный реестр юридических лиц при государственной регистрации юридического лица. Фирменное наименование юридического лица должно содержать указание на его организационно-правовую форму и собственно наименование юридического лица, которое не может состоять только из слов, обозначающих род деятельности.

В рассматриваемой рекламе отсутствует наименование организации, оказывающей услуги по займам (финансовой услуги).

Согласно ч. 3 ст. 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.

Порядок расчета полной стоимости потребительского кредита (займа) с приведением формулы, по которой необходимо осуществлять расчет, установлен [статьей 6](#) Закона о потребительском кредите (займе).

Согласно разъяснениям ФАС России, изложенным в письме от 31.07.2014 № АД/30890/14 «О рекламе финансовых услуг», к условиям, определяющим полную стоимость кредита, могут быть отнесены: сумма потребительского кредита (займа); срок действия договора потребительского кредита (займа) и срок возврата потребительского кредита (займа); валюта, в которой предоставляется потребительский кредит (заем); процентная ставка в процентах годовых, а при применении переменной процентной ставки – порядок ее определения.

Рассматриваемая реклама содержит указание на сумму займа и валюту, в которой предоставляется заем. Однако реклама умалчивает об остальных условиях, определяющих полную стоимость займа, определяемую в соответствии с Законом о потребительском кредите (займе), для заемщика и влияющие на нее.

В силу ч. 7 ст. 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.

Указание наименования организации, предоставляющей услуги по займам (финансовые услуги), и остальных условий, определяющих полную стоимость займа, определяемую в соответствии с Законом о потребительском кредите (займе), для заемщика и влияющие на нее, является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей и является существенной для потребителя информацией.

При таких обстоятельствах рассматриваемая реклама размещена в нарушение требований ч. 7 ст. 5 и ч.ч. 1, 3 ст. 28 Закона о рекламе.

Согласно ч. 13 ст. 28 Закона о рекламе реклама услуг по предоставлению потребительских займов лицами, не осуществляющими профессиональную

деятельность по предоставлению потребительских займов в соответствии с Федеральным [ЗАКОНОМ](#) «О потребительском кредите (займе)», не допускается.

В соответствии со ст. 4 Закона о потребительском кредите (займе) профессиональная деятельность по предоставлению потребительских займов осуществляется кредитными организациями, а также некредитными финансовыми организациями в случаях, определенных федеральными законами об их деятельности.

Материалами рекламного дела установить лицо, предоставляющее потребительский заем, в том числе в связи с уклонением ИП <...>а А.С. от представления материалов не представилось возможным. При таких обстоятельствах квалификация нарушения требований ч. 13 ст. 28 Закона о рекламе Комиссией не может быть осуществлена.

Ответственность за нарушение требований, установленных ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе, согласно частям 6, 7 ст. 38 Закона о рекламе, несут и рекламодаделец, и рекламодатель, и рекламодатель.

Ответственность за нарушение требований, установленных ч. 7 ст. 5 и ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе, согласно ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе, несет рекламодаделец.

Частью 8 ст. 38 Закона о рекламе предусмотрено, что рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований частей 6, 7 ст. 38 Закона о рекламе, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

Согласно п. 7 ст. 3 Закона о рекламе, рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе, рекламодаделец – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В силу п. 6 ст. 3 Закона о рекламе, рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Рассматриваемая реклама размещена на рекламной конструкции, установленной в г. Воркуте на улице Ленина в районе дома № 50, которая согласно информации, представленной Администрацией МО ГО «Воркута» и на основании Постановления от 27.01.2011 № 148 и Договора от 27.01.2011 на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, находящихся на территории муниципального образования городского округа «Воркута», и муниципальном недвижимом имуществе № 1-2011 принадлежит ИП <...>у А.С.

Согласно ч. 1 ст. 19 Закона о рекламе распространение наружной рекламы с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, проекционного и иного предназначенного для проекции рекламы на любые поверхности оборудования, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения (далее – рекламные конструкции), монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также

остановочных пунктов движения общественного транспорта осуществляется владельцем рекламной конструкции, являющимся рекламодателем, с соблюдением требований настоящей статьи. Владелец рекламной конструкции (физическое или юридическое лицо) – собственник рекламной конструкции либо иное лицо, обладающее вещным правом на рекламную конструкцию или правом владения и пользования рекламной конструкцией на основании договора с ее собственником.

Из материалов рекламного дела усматривается, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является владелец рекламной конструкции, установленной в г. Воркуте на улице Ленина в районе дома № 50, – ИП <...> А.С.

Комиссия в ходе рассмотрения рекламного дела неоднократно запрашивала у ИП <...>а А.С. необходимые для рассмотрения дела копии документов и письменную информацию, в том числе о рекламодателе рассматриваемой рекламы и поясняющие о причинах распространения рассматриваемой рекламы без учета требований ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе.

На дату рассмотрения Комиссией рекламного дела (17.12.2015) истребованные материалы ИП <...>ом А.С. не представлены. Таким образом, имеет место уклонение от представления материалов, что в свою очередь указывает на нежелание содействовать антимонопольному органу в установлении обстоятельств по делу. Рассмотрение рекламного дела ограничено сроками, в связи с чем оценке подлежат имеющиеся в деле материалы, полученные в рамках установленного срока.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела не установлено обстоятельств, указывающих на то, что нарушение ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе произошло не по вине рекламодателя – ИП <...>а А.С.

Из материалов рекламного дела усматривается, что ИП <...>ом А.С. не предпринято должных мер, направленных на соблюдение требований законодательства Российской Федерации о рекламе, что и привело к нарушению ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе.

Таким образом, ИП <...>ом А.С. нарушены требования ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе.

Из материалов рекламного дела следует, что рассматриваемая реклама распространялась в период с июня 2015 по 21 августа 2015 на территории г. Воркуты Республики Коми.

На дату принятия Комиссией решения в материалах рекламного дела отсутствуют доказательства прекращения распространения ненадлежащей рекламы. В связи с чем, Комиссия приходит к выводу о необходимости выдачи ИП <...>у А.С. предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы.

На основании изложенного, руководствуясь п. 4 ст. 3, п. 2 ч. 1 ст. 33, п. 7 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37 – 43, 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, п. 3.58

Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу следующего содержания: «Дам деньги за час!!! до 50.000 руб. 8-912-176-71-55», размещенную на рекламной конструкции, расположенной в г. Воркуте на улице Ленина возле дома № 50 (в районе Центральной городской библиотеки им. А.С. Пушкина), ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования ч. 7 ст. 5 и ч.ч. 1, 3 ст. 28 Закона о рекламе.

2. Выдать ИП <...>у А.С. предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения указанной в пункте 1 Решения ненадлежащей рекламы.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении ИП <...>а А.С. дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 21 декабря 2015 года. Решение может быть обжаловано в судебном порядке.

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии <...>

<...>

Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми

**ПРЕДПИСАНИЕ О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ**

21 декабря 2015 года

№ 03-01/11278

г. Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в составе: <...>; на основании своего Решения от 21.12.2015 по делу № Р 65-10/15 о признании рекламы следующего содержания: «Дам деньги за час!!! до 50.000 руб. 8-912-176-71-55» ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования ч. 7 ст. 5 и ч.ч. 1, 3 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Закона о рекламе, пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Индивидуальному предпринимателю <...>у Алексею Сергеевичу, адрес места нахождения: <...>, в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: распространение рекламы следующего содержания: «Дам деньги за час!!! до 50.000 руб. 8-912-176-71-55» в нарушение требований ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе.

2. Индивидуальному предпринимателю <...>у Алексею Сергеевичу, адрес места нахождения: <...> представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 31 декабря 2015 года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе, Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностное лицо административный штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей.

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

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии <...>

<...>