

РЕШЕНИЕ

по делу № 055/05/28-445/2024

22 мая 2024 года

город Омск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее также - Комиссия) в составе:

председатель Комиссии – (...),

члены Комиссии: (...),

рассмотрев материалы дела № 055/05/28-445/2024 по факту распространения обществом с ограниченной ответственностью «Ломбард «Центральный», ИНН 5506215666, ОГРН 1105543040206 (далее - ООО «Ломбард «Центральный», Общество) рекламы, нарушающей требования пункта 2 части 3 и части 11 статьи 5, частей 1 и 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в присутствии представителя ООО «Ломбард Центральный» (...)

УСТАНОВИЛА:

05.03.2024 Омским УФАС России зафиксированы факты распространения по адресу: г. Омск, ул.70 лет Октября, д. 34 информации следующего содержания:

- «Акция 3 % займы под авто 594-222»;
- «Здесь займ под ПТС авто 594-222»;
- «Займы под ПТС».

По определению, данному статьей 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;

объект рекламирования - это 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;

товар - это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Указанная информация содержит юридические признаки понятия «реклама»: распространена наружным способом в адрес неопределенного круга лиц и направлена на привлечение внимания к предоставлению займов.

При этом распространенная реклама содержала признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Согласно информации на режимной вывеске деятельность по адресу: г. Омск, ул. 70 лет Октября, д. 34 осуществляет ООО «Ломбард «Центральный».

Обозначенный в рекламе номер телефона для связи с потенциальными клиентами 594-222 также указан на режимной вывеске.

В соответствии со сведениями, размещенными на сайте Федеральной налоговой службы <https://www.nalog.gov.ru/>, ООО «Ломбард «Центральный» зарегистрировано в Едином государственном реестре юридических лиц с присвоением ИНН 5506215666, ОГРН 1105543040206, основной вид деятельности (ОКВЭД ОК 029-2014 (КДЕС Ред. 2)) «64.92.6 Деятельность по предоставлению ломбардами краткосрочных займов под залог движимого имущества».

ООО «Ломбард «Центральный» с 21.12.2010 по настоящее время состоит в реестре Центрального банка Российской Федерации как лицо, осуществляющее деятельность ломбарда (<https://cbr.ru/finorg/foinfo/?ogrn=1105543040206>).

Определением от 06.05.2024 Омским УФАС России в отношении ООО «Ломбард «Центральный» возбуждено дело № 055/05/28-445/2024 по признакам нарушения пункта 2 части 3 и части 11 статьи 5, частей 1 и 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

В рамках рассмотрения настоящего дела ООО «Ломбард «Центральный» по существу нарушений Федерального закона «О рекламе» представлены письменные пояснения (вх. № 4595-ЭП/24 от 21.05.2024): «Сообщаем, что в настоящий момент фраза не соответствующая требованиям закона заклеена и её демонстрация прекращена, а на входе в помещение ООО «Ломбард «Центральный» размещена информационная табличка с данными организации: ИНН, ОГРН, адрес местонахождения, а также указаны все условия займа (в весенний период сменный баннер с указанием соответствующей информации был сорван и унесен сильным порывом ветра), а также устранена запись займ под ПТС... Считаем, что словосочетание «ЗАЙМ ПОД ПТС» не является нарушением Закона о рекламе в силу следующего: Нормативно-правовые акты Российской Федерации не содержат установленной расшифровки аббревиатуры «ПТС», равно как и не имеется нормативно установленного сокращения какой-либо фразы до аббревиатуры - «ПТС». С случае с рекламной кампанией, размещенной на сайте автоломбарда, под аббревиатурой «ПТС» подразумевается «пассажирское транспортное средства», а не «паспорт транспортного средства», как ошибочно было истолковано Вами. Согласно Приказа Росстата от 29.12.2017 №887 «Об утверждении методологических положений по статистике транспорта» под «Пассажирским транспортным средством» подразумевается дорожное механическое транспортное средство, предназначенное исключительно или преимущественно для перевозки одного или более человек, под залог которых и предоставляется заём...».

На заседании Комиссии представитель ООО «Ломбард «Центральный» (...) поддержала позицию, изложенную в письменных пояснениях, при этом отметила, что Общество готово привести спорную рекламу в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации.

Комиссия, оценив спорную рекламу, изучив материалы дела, пришла к следующим выводам. Факт распространения рекламы ООО «Ломбард «Центральный» подтверждается материалами дела и не оспаривается Обществом.

Пунктом 2 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции»

(далее - Федеральный закон «О защите конкуренции» дано понятие «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.

В части 1 статьи 3 Федерального закона от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» (далее - Федеральный закон «О потребительском кредите (займе)») даны понятия:

потребительский кредит (заем) - 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 (кроме займов, предоставляемых работодателем работнику, займов, предоставляемых физическим лицам, являющимся учредителями (участниками) или аффилированными лицами коммерческой организации, предоставляющей заем, займов, предоставляемых брокером клиенту для совершения сделок купли-продажи ценных бумаг, и иных случаев, предусмотренных федеральным законом).

Согласно статье 4 Федерального 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. В частности, к ним относятся кредитные организации, микрофинансовые организации, кредитные потребительские кооперативы и ломбарды.

В соответствии с частями 1 и 1.1 статьи 2 Федерального закона от 19.07.2007 № 196-ФЗ «О ломбардах» ломбардом является юридическое лицо, зарегистрированное в форме хозяйственного общества, сведения о котором внесены в государственный реестр ломбардов в порядке, предусмотренном настоящим Федеральным законом и нормативным актом Банка России, и основными видами деятельности которого являются предоставление краткосрочных займов гражданам (физическим лицам) под залог принадлежащих им движимых вещей (движимого имущества), предназначенных для личного потребления, и хранение вещей.

Ломбарды вправе осуществлять профессиональную деятельность по предоставлению потребительских займов в порядке, установленном Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)».

Ломбард как хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги, в силу пункта 2 статьи 4 Федерального закона «О защите конкуренции» является финансовой организацией.

В соответствии с частью 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги или осуществляющего данную деятельность (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя и (если имеется) отчество).

В рекламе «Акция 3 % займы под авто 594-222», «Здесь займ под птс авто 594-222», размещенной на фасаде здания, и флаштогах «Займы под ПТС» отсутствовали сведения о наименовании лица, предоставляющего займы, что нарушает требования части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

23.10.2023 вступили в силу изменения в статью 28 Федерального закона «О рекламе», внесенные Федеральным законом от 24.07.2023 № 359-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О потребительском кредите (займе)» и отдельные законодательные акты Российской Федерации».

Согласно части 3 статьи 28 Федерального 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.

Пунктом 10 части 4 статьи 5 Федерального закона от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» (далее - Федеральный закон «О потребительском кредите (займе)») предусмотрена обязанность кредитора размещать в составе информации об условиях предоставления, использования и возврата потребительского кредита (займа) диапазоны значений полной стоимости потребительского кредита (займа), определенных с учетом требований данного Закона по видам потребительского кредита (займа).

Согласно части 1 статьи 6 Федерального закона «О потребительском кредите (займе)» полная стоимость потребительского кредита (займа) (далее - ПСК) определяется как в процентах годовых, так и в денежном выражении. Указанная информация о диапазонах значений ПСК должна предоставляться до предоставления информации о процентных ставках и указываться шрифтом, размер которого не менее чем шрифт, которым указана процентная ставка. При этом правила прочтения информации на русском языке предполагают прочтение информации сверху вниз и слева направо.

Таким образом, информация о диапазонах значений ПСК должна быть приведена в указанной рекламе выше и (или) левее, чем информация о процентной ставке.

С учетом изложенного реклама кредита с указанием процентной ставки должна содержать все условия, влияющие на сумму расходов, которые понесут воспользовавшиеся услугами лица, а также информацию о диапазоне значений полной стоимости кредита.

В распространенной рекламе «Акция 3 % займы под авто 594-222» обозначено одно условие предоставления финансовой услуги - процентная ставка, при этом иная информация, предусмотренная частью 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», в рекламе отсутствовала.

Реклама «Здесь займ под птс авто 594-222», размещенная на фасаде здания, и флаштогах «Займы под ПТС» содержала информацию о предоставлении займов под залог ПТС.

По мнению Общества, под аббревиатурой «ПТС» в спорной рекламе подразумевается

понятие, указанное в приказе Росстата от 29.12.2017 № 887 «Об утверждении методологических положений по статистике транспорта» (далее - Приказ) «пассажирское транспортное средство» (дорожное механическое транспортное средство, предназначенное исключительно или преимущественно для перевозки одного или более человек).

При этом данный довод Общества Комиссией отклоняется, поскольку раздел 3 «Автомобильный транспорт» Приказа содержит иное обобщенное понятие дорожного механического транспортного средства, предназначенного исключительно или преимущественно для перевозки одного или более человек - пассажирское автотранспортное средство (сокращенно «ПАТС»).

В соответствии с пунктом 1 части 1 статьи 14 Федерального закона от 03.08.2018 № 283-ФЗ «О государственной регистрации транспортных средств в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» ПТС (паспорт транспортного средства) - документ, идентифицирующий транспортное средство.

В соответствии со статьей 336 Гражданского кодекса Российской Федерации предмет залога может быть всякое имущество, в том числе вещи и имущественные права, на которое может быть обращено взыскание.

Из смысла вышеуказанной нормы, регулирующей такую меру обеспечения исполнения обязательства как залог имущества усматривается, что таким предметом может быть имущество, за счет которого в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательства должником, кредитор может получить удовлетворение из стоимости заложенного имущества.

Таким образом, предмет залога должен иметь стоимостную оценку, тогда как ПТС является документом, не имеющим стоимостной оценки. Следовательно, ломбард не сможет получить удовлетворение требований из стоимости ПТС в случае ненадлежащего исполнения или неисполнения заемщиком своих обязательств. При таких обстоятельствах следует вывод о том, что ПТС не может являться предметом залога по договору займа в ломбарде.

В соответствии с пунктом 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «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.

В нарушении пункта 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» реклама на фасаде здания «Здесь займ под птс авто 594-222» и флашштогах «Займы под ПТС» содержала несоответствующие действительности сведения об условиях предоставления финансовой услуги.

Согласно части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

На основании подпункта 10 части 1 статьи 3 Федерального закона от 01.06.2005 № 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации» (далее - Федеральный закон «О государственном языке Российской Федерации») государственный язык Российской Федерации подлежит обязательному использованию в рекламе.

В соответствии с частью 3 статьи 1 Федерального закона «О государственном языке Российской Федерации» при использовании русского языка как государственного языка Российской Федерации в сферах, определенных частью 1 статьи 3 настоящего Федерального закона, должны соблюдаться нормы современного русского литературного языка.

Для целей настоящего Федерального закона под нормами современного русского литературного языка понимаются правила использования языковых средств, зафиксированные в нормативных словарях, справочниках и грамматиках. Порядок формирования и утверждения списка таких словарей, справочников и грамматик, требования к составлению и периодичности издания нормативных словарей, предусмотренных настоящей частью, утверждаются Правительством Российской Федерации на основании предложений Правительственной комиссии по русскому языку. Положение о Правительственной комиссии по русскому языку, ее состав и порядок принятия ею решений утверждаются Правительством Российской Федерации. Под нормами современного русского литературного языка при его использовании в качестве государственного языка Российской Федерации понимается совокупность языковых средств и правил их употребления в сферах использования русского языка как государственного языка Российской Федерации.

В соответствии со структурой языка различаются орфоэпические, лексические, грамматические (словообразовательные, морфологические, синтаксические), орфографические, пунктуационные нормы. Орфографические нормы - это правила написания слов, которые закреплены в орфографических словарях, учебных пособиях по русскому языку. Согласно нормам современного русского языка слово «заём» в именительном падеже единственного числа пишется через букву «ё». Таким образом, используемое в рекламе слово «займ» противоречит нормам русского языка, что свидетельствует о нарушениях части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Рекламодатель - это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (пункты 5 и 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

Исходя из определений, данных в пунктах 5 и 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», ООО «Ломбард «Центральный» является рекламодателем и рекламодателем.

Ответственность за нарушение пункта 2 части 3 и части 11 статьи 5, частей 1 и 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель, за нарушение части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» - рекламодатель (части 6 и 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе»).

Рассмотрев материалы дела, заслушав пояснения, Комиссия пришла к выводу о нарушении ООО «Ломбард «Центральный» требований пункта 2 части 3 и части 11 статьи 5, частей 1 и 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» при распространении наружной рекламы «Акция 3 % займы под авто 594-222», «Здесь займ

под птс авто 594-222», «Займы под ПТС».

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы, в целях обеспечения реализации права потребителя на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства о рекламе.

В силу пункта 1 части 2 статьи 33 Федерального закона «О рекламе» антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Омским УФАС России установлено, что по состоянию на 22.05.2024 реклама «Акция 3 % займы под авто 594-222» продолжает распространяться, в рекламе «Здесь займ под птс авто 594-222» исключено слово «птс», реклама на флашботах «Займы под ПТС» демонтирована.

Учитывая вышеуказанное, Комиссия пришла к выводу о необходимости выдачи ООО «Ломбард «Центральный» предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

На основании изложенного, руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42 - 48 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу ООО «Ломбард «Центральный» (ИНН 5506215666, ОГРН 1105543040206) «Акция 3 % займы под авто 594-222», «Здесь займ под птс авто 594-222», «Займы под ПТС», распространённую по адресу: г. Омск, ул. 70 лет Октября, д. 34, ненадлежащей, нарушающей требования пункта 2 части 3 и части 11 статьи 5, частей 1 и 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ООО «Ломбард «Центральный» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу антимонопольного органа для возбуждения дела об административном правонарушении.

Решение изготовлено в полном объеме 23.05.2024.

Решение может быть обжаловано в Арбитражный суд в порядке, предусмотренном

статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.