

## РЕШЕНИЕ

по делу № 043/05/28-671/2021

Резолютивная часть решения оглашена 18 января 2022 года.

В полном объеме решение изготовлено 01 февраля 2022 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председателя Комиссии:

"..." – заместителя руководителя – начальника отдела товарных рынков и естественных монополий Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области;

Членов Комиссии:

"..." – начальника отдела финансовых рынков и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области,

"..." – ведущего специалиста-эксперта отдела финансовых рынков и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области,

в отсутствие:

заявителя – **Отделения по Кировской области Волго-Вятского главного управления Центрального банка Российской Федерации** (юридический адрес: 610000, г. Киров, ул. Спасская, д. 27),

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, – "..."

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, – "..."

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, – "..."

рассмотрев материалы дела № 043/05/28-671/2021, возбужденного по признакам нарушения "...", "...", "...", п. 20 ч. 3 ст. 5, ч. 1 ст. 28, п. 1 ч. 2 ст. 28, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 5.1 ст. 28, ч. 14 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее –

Федеральный закон «О рекламе») по факту размещения в рекламно-информационном издании журнале «Бизнес Класс Киров» № 5 (148) за май 2021 года на стр. 52-53 рекламной информации с заголовком «Трехзначный процент от FINIKO – это реально»,

### УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области Отделением по Кировской области Волго-Вятского главного управления Центрального банка Российской Федерации письмом от 26.05.2021 № Т433-16-12/3101 (вх. № 3377 от 31.05.2021) направлены материалы о проведении мониторинга печатных изданий средств массовой информации города Кирова в отношении печатного СМИ – журнала «Бизнес Класс Киров» (регистрационный номер от 10.12.2009 № ТУ 43 – 19), в ходе которого выявлен факт размещения в рекламно-информационном издании журнале «Бизнес Класс Киров» № 5 (148) за май 2021 года рекламной информации с заголовком «Трехзначный процент от FINIKO – это реально».

По факту распространения указанной рекламы определением от 28.07.2021 г. возбуждено дело № 043/05/28-671/2021 в отношении "...", по признакам нарушения п. 20 ч. 3 ст. 5, ч. 1 ст. 28, п. 1 ч. 2 ст. 28, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 5.1 ст. 28, ч. 14 ст. 28 Федерального закона «О рекламе». Рассмотрение дела назначено на 26.08.2021 г.

Определением от 26.08.2021 г. рассмотрение дела отложено на 15.09.2021 г. в связи с необходимостью привлечения к рассмотрению дела в качестве заинтересованного лица ИП "...".

Определением от 15.09.2021 г. рассмотрение дела отложено на 21.10.2021 г. в связи с необходимостью привлечения к рассмотрению дела в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – "...".

Определением от 21.10.2021 г. рассмотрение дела отложено на 25.11.2021 г. в связи с необходимостью получения от "...", "...", документов и сведений для объективного рассмотрения дела, а также в связи с необходимостью привлечения к рассмотрению дела в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ИП "...".

Определением от 25.11.2021 г. рассмотрение дела отложено на 18.01.2022 г. в связи с необходимостью получения от "...", "...", документов и сведений для объективного рассмотрения дела.

На заседание комиссии, состоявшейся 18.01.2022 г., заявитель – Отделение по Кировской области Волго-Вятского главного управления Центрального банка Российской Федерации, уведомленное надлежащим образом о дате, времени и месте рассмотрения дела № 043/05/28-671/2021, явку представителя не обеспечило, ходатайств не заявляло.

Ответчик – "...", надлежащим образом извещенный о дате, времени и месте

рассмотрения дела № 043/05/28-671/2021, явку не обеспечил, представителя не направил, ходатайств не заявлял.

Ответчик – "...", уведомленная надлежащим образом о дате, времени и месте рассмотрения дела № 043/05/28-671/2021, явку не обеспечила, представителя не направила, ходатайств не заявляла, запрошенные документы и сведения не представила.

Ответчик – ИП "...", надлежащим образом извещенный о дате, времени и месте рассмотрения дела № 043/05/28-671/2021 явку не обеспечил, представителя не направил, ходатайств не заявлял, запрошенные документы и сведения не представил.

Изучив имеющиеся материалы по делу № 043/05/28-671/2021, Комиссия пришла к следующим выводам.

В соответствии с п. 1 ст. 3 Федерального 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.

Согласно п. 2 ст. 3 Федерального закона «О рекламе», 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.

Информация под заголовком *«Трехзначный процент от FINIKO – это реально»*, в том числе следующего содержания:

*«FINIKO обозначает реалистичные уровни доходности, которые, например, могут составлять около 300% годовых. Согласитесь, это «несколько» больше, чем в банках, даже если учесть все различия в условиях размещения сбережений. Понятно также и то, что FINIKO является очень серьезным конкурентом на финансовом рынке...»*,

*«...FINIKO вкладывает средства наших клиентов, или точнее партнёров, в операции на биржевом финансовом рынке. Но мы выходим туда не с позиций инвестора или шортселлера, которая предполагает, что ты должен купить одну из десятков тысяч ценных бумаг в расчете на то, что ее цена изменится именно в том направлении, в котором ты ожидаешь. Так можно ждать и год, и два, и 30 лет. Это нормальная тактика, но это не выбор FINIKO.*

*Эта компания выступает на рынке с позиций трейдера, то есть зарабатывает не на росте или падении курсов, а на самом факте колебаний. И чем больше скачки, тем выше вероятность заработать. Именно поэтому FINIKO сделало выбор в пользу высоковолатильных инструментов и зарабатывает для своих клиентов на колебаниях криптовалют и фьючерсов, а также работает и на рынке Forex...»*

*«...Поэтому при взаимодействии с людьми, которые хотят вложить свои сбережения в FINIKO, говорят об абсолютно понятных и осязаемых вещах: квартира, машина,*

*досрочное погашение кредита.*

*Самые популярные продукты FINIKO:*

- *Автомобиль или квартира за 35% от стоимости за 120 дней.*
- *30%, 40% и 50% скидки при планировании любых покупок на 4, 5 и 7 месяцев вперед.*
- *Кэшбэк 15 или 25%...»*

содержит все юридически значимые признаки рекламы, поскольку такая информация:

- распространена в рекламно-информационном издании журнале «Бизнес Класс Киров» № 5 (148) за май 2021 года на стр. 52-53;

- адресована неопределенному кругу лиц, т.е. тем лицам (потребителям), которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования (неперсонифицированный характер);

- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования: компании «FINIKO» и оказываемым ею финансовым услугам, формированию интереса к ним посредством указания на привлекательные условия оказания таких услуг.

Согласно п. 2 ст. 4 Федерального закона от 26.07.2007 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Федеральный закон «О защите конкуренции») под финансовой услугой понимается 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 соответствии с п. 6 ст. 4 Федерального закона «О защите конкуренции» под финансовой организацией понимается хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги, - кредитная организация, профессиональный участник рынка ценных бумаг, организатор торговли, клиринговая организация, микрофинансовая организация, кредитный потребительский кооператив, субъект страхового дела, 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 ЦБ РФ), лизинговая компания (иная финансовая организация, финансовая организация, не поднадзорная ЦБ РФ).

Таким образом, реклама с заголовком *«Трехзначный процент от FINIKO – это реально»* является рекламой финансовых услуг и в соответствии с главой 3 Федерального закона «О рекламе» к такой рекламе применяются положения об особенностях рекламы отдельных видов товаров (статья 28).

1. Согласно ч. 1 ст. 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).

Однако в рекламной информации с заголовком *«Трехзначный процент от FINIKO – это реально»* наименование лица, оказывающего финансовую услугу, не указано.

Следовательно, у потребителей рекламы отсутствует возможность ознакомиться с информацией о лице, оказывающем рекламируемые финансовые услуги, что нарушает ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

**2.** В соответствии с п. 1 ч. 2 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности не должна содержать гарантии или обещания в будущем эффективности деятельности (доходности вложений), в том числе основанные на реальных показателях в прошлом, если такая эффективность деятельности (доходность вложений) не может быть определена на момент заключения соответствующего договора.

Вместе с тем, в рекламе финансовых услуг, предоставляемых компанией «FINIKO» содержатся сведения о гарантиях эффективности деятельности (*«FINIKO обозначает реалистичные уровни доходности, которые, например, могут составлять около 300% годовых»*).

Соответственно, реклама с заголовком *«Трехзначный процент от FINIKO – это реально»* нарушает п. 1 ч. 2 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

**3.** Согласно п. 2 ч. 2 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

При этом в рекламе финансовых услуг существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

Рассматриваемая реклама финансовых услуг содержит следующие сведения с привлекательными процентными ставками и сроком предоставления продуктов компании «FINIKO»: *«Автомобиль или квартира за 35% от стоимости за 120 дней; 30%, 40% и 50% скидки при планировании любых покупок на 4, 5 и 7 месяцев вперед; Кэшбэк 15 или 25%»*. При этом, иные условия оказания финансовых услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, в рекламе не представлены, что является нарушением п. 2 ч. 2 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

**4.** В соответствии с ч. 14 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» если оказание банковских, страховых и иных финансовых услуг или осуществление финансовой деятельности может осуществляться только лицами, имеющими соответствующие лицензии, разрешения, аккредитации либо включенными в соответствующий

реестр или являющимися членами соответствующих саморегулируемых организаций, реклама указанных услуг или деятельности, оказываемых либо осуществляемой лицами, не соответствующими таким требованиям, не допускается.

Согласно сведениям, опубликованным на официальных сайтах Федеральной налоговой службы (<https://www.nalog.gov.ru/>) и Банка России (<https://cbr.ru/>), рекламируемая компания «FINIKO» не является юридическим лицом, зарегистрированным на территории РФ, не является финансовой организацией, имеющей соответствующую лицензию Банка России, не является профессиональным участником рынка ценных бумаг, а также не входит в список легальных форекс-диллеров, размещенный на сайте Банка России.

При таких обстоятельствах, рассматриваемая реклама финансовых услуг нарушает положения ч. 14 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

**5.** Согласно ч. 5.1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» реклама, побуждающая к заключению сделок с форекс-дилерами, должна содержать следующее указание: «Предлагаемые к заключению договоры или финансовые инструменты являются высокорискованными и могут привести к потере внесенных денежных средств в полном объеме. До совершения сделок следует ознакомиться с рисками, с которыми они связаны».

Установлено, что внизу страницы 53 в рекламно-информационном издании журнале «Бизнес Класс Киров» № 5 (148) за май 2021 г. указана следующая информация: *«Использование любых финансовых инструментов связано с рисками снижения их стоимости. Получение доходов от операций на финансовых рынках в прошлом не гарантирует их получения в будущем. При принятии решения о вложении средств следует внимательно рассмотреть вопрос о том, являются ли операции на финансовом рынке и возможные убытки допустимыми для Вас в свете ВАШИХ финансовых возможностей».*

При таких обстоятельствах, Комиссия приходит к выводу об отсутствии нарушения ч. 5.1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» отсутствует.

**6.** Согласно п. 20 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

Вместе с тем, не указание в рассматриваемой рекламе сведений об изготовителе или о продавце рекламируемого товара не может рассматриваться в качестве не соответствующих действительности сведений, следовательно, в рекламе с заголовком *«Трехзначный процент от FINIKO – это реально»* отсутствует нарушение п. 20 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных ч. 1 ст. 28, п. 1 ч. 2 ст. 28, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 14 ст. 28 Федерального закона «О рекламе», несет рекламодатель.

В соответствии с ч. 7 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе», несет рекламодатель.

Под рекламодателем согласно п. 5 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» понимается изготовитель или продавец товара либо иное лицо определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Под рекламораспространителем в соответствии с п. 7 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» понимается лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Исходя из представленных ООО «Бизнес класс» письмом от 18.06.2021 (вх. № 3869 от 18.06.2021) документов и сведений следует, что ООО «Бизнес класс» является учредителем СМИ журнал «Бизнес Класс Киров». СМИ осуществляет свою деятельность на основании устава редакции печатного СМИ журнала «Бизнес Класс Киров» от 2019 г. (далее – Устав).

В соответствии с п. 1.3 Устава редакцией является индивидуальный предприниматель "..."

Согласно п. 4.3.1 Устава ИП "... самостоятельно вправе осуществлять договорные отношения с авторами, а также осуществлять выпуск печатного издания СМИ.

В соответствии с п. 4.3.3 Устава ИП "... решает, в том числе вопрос деятельности, связанный с принятием решения о размещении рекламы в СМИ.

Таким образом, исходя из имеющихся в материалах дела документов, с учетом понятия, установленного п. 7 ст. 3 Федерального закона «О рекламе», рекламораспространителем в рекламно-информационном издании журнале «Бизнес Класс Киров» № 5 (148) за май 2021 г. на стр. 52-53 рекламы с заголовком «Трехзначный процент от FINIKO – это реально» является ИП "...", который несет ответственность за нарушение требований ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

Письмом от 25.08.2021 (вх. № 5434 от 25.08.2021) ИП "... представил письменные пояснения, согласно которым ранее представленные ИП "... письмом от 30.06.2021 (вх. № 4403 от 12.07.2021) сведения о том, что "... является рекламодателем рассматриваемой рекламы, были направлены в виду технической ошибки, и рекламодателем рекламы с заголовком «Трехзначный процент от FINIKO – это реально» является "...", что подтверждается представленными в материалы дела договором № 129-Б от 01.04.2021, заявкой на размещение материалов к договору № 129-Б от 01.04.2021, актом оказанных услуг № 670 от 30.04.2021, счетом на оплату № 3911 от 01.04.2021.

Таким образом, исходя из имеющихся в материалах дела документов, с учетом понятия, установленного п. 5 ст. 3 Федерального закона «О рекламе», рекламодателем рекламы с заголовком «Трехзначный процент от FINIKO – это реально» является физическое лицо "...", которая несет ответственность за нарушение требований ч. 1 ст. 28, п. 1 ч. 2 ст. 28, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 14 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

Соответственно, надлежащих доказательств, подтверждающих, что физическое лицо "... определил содержание рассматриваемой рекламы финансовых услуг, в ходе рассмотрения дела Комиссией не установлено и лицами, участвующими в деле, не представлено.

Порядок выдачи антимонопольным органом предписаний о прекращении нарушения требований законодательства Российской Федерации о рекламе установлен Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922 (далее – Правила).

Согласно пункту 49 Правил при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу, обязанному устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Поскольку на момент вынесения решения в материалах дела имеются документальные подтверждения прекращения распространения в вышеуказанном печатном издании ненадлежащей рекламы финансовых услуг, Комиссия решила предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства не выдавать.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Комиссия считает необходимым передать материалы уполномоченному должностному лицу Кировского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении физического лица "... " и индивидуального предпринимателя "...".

Руководствуясь ст. 3, 28, 33 и 38 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 - ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42 – 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922, Комиссия

#### **РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащей рекламу с заголовком *«Трехзначный процент от FINIKO – это реально»*, распространявшуюся в рекламно-информационном издании журнала «Бизнес Класс Киров» № 5 (148) за май 2021 г. на стр. 52-53, поскольку она противоречит требованиям ч. 1 ст. 28, п. 1 ч. 2 ст. 28, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 14 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 - ФЗ «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации не выдавать.



3. Прекратить производство по делу № 043/05/28-671/2021 в отношении "... " в связи с неподтверждением в его действиях наличия фактов нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

4. Передать материалы уполномоченному должностному лицу Кировского УФАС России для возбуждения дел об административном правонарушении, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении "... " и индивидуального предпринимателя "... "

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном ст. 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, в суд общей юрисдикции в порядке, предусмотренном ст. 219 Кодекса административного судопроизводства Российской Федерации.