

## РЕШЕНИЕ

24 декабря 2015 года

г. Челябинск

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

	<...> – заместитель руководителя – начальник отдела;
председатель Комиссии:	<...> – специалист-эксперт отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией;
члены Комиссии:	<...> – главный специалист-эксперт отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией,

рассмотрев дело 72-08/2015, возбужденное по признакам нарушения пунктов 4, 2 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» по факту размещения в рекламном буклете «Техносила» не соответствующих действительности сведений,

### УСТАНОВИЛА:

в Управление Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области (далее – Челябинское УФАС России) поступило заявление физического лица о распространении в городе Челябинске в торговой сети «Техносила» рекламы, содержащей не соответствующие действительности сведения о предоставлении рассрочки без переплат при покупке товара.

Из заявления следует, что гражданин хотел воспользоваться рекламным предложением, однако, обратившись в торговую сеть «Техносила», ему было предложено оформление товара в кредит с дополнительными платными услугами (страхование, дополнительная гарантия).

В представленном заявителем рекламном буклете «Техносила» присутствуют сведения: «Рассрочка – название рекламной акции, в рамках которой с 18.08 по 14.09.2015 в магазинах «Техносила» доступны для оформления кредиты ... «Без переплаты 2014» ... Сумма кредита от 2 500 до 600 000 руб. Срок кредита от 3 до 36 мес. Процентная ставка от 6.90 до 42.00% годовых Первоначальный взнос от 0% до 70% ... Под переплатой понимается разница между стандартной розничной ценой товара и общей суммой денежных средств, подлежащих уплате по кредиту...». В центре рекламного буклета размещены сведения: «Рассрочка ... 0 руб. 0%

первоначальный взнос 24 мес. период...».

Материалами дела установлено, что реклама распространялась ООО «СервисТрейд», осуществляющего деятельность по розничной торговле бытовой техникой с использованием коммерческого обозначения «Техносила», в интересах данного юридического лица.

ООО «СервисТрейд» письменно пояснило, что в магазинах «Техносила» в период с 18 августа 2015 года по 14 сентября 2015 года проходила акция «Рассрочка», реклама которой распространялась в виде газеты-каталога непосредственно в магазине «Техносила», расположенного по адресу: г. Челябинск, пр-т Победы, д. 348.

В соответствии с условиями акции «Рассрочка» потребителю был доступен для оформления кредитный продукт «Без переплаты 2014», сведения о котором содержатся в распространенных рекламных материалах, в соответствии с которым банк ООО «Сетелем банк» предоставлял потребителю кредит на следующих условиях: срок – 24 месяца, процентная ставка – 15,39%, сумма кредита – от 2500 до 600000 рублей, при этом ООО «СервисТрейд» предоставлял потребителю в рамках акции «Рассрочка» скидку на товар, равной сумме переплат по кредиту, что, по мнению ООО «СервисТрейд», является фактической оплатой приобретенного товара на условиях рассрочки, и у потребителя отсутствует переплата за приобретенный в кредит товар. Данная акция проводилась в рамках договора о сотрудничестве от 12.01.2015 № 0363/7700Q, заключенного между ООО «СервисТрейд» и банком ООО «Сетелем банк», согласно которому предметом договора выступает сотрудничество сторон по реализации программы потребительского кредитования банком ООО «Сетелем банк», направленной на предоставление потребителям магазинов «Техносила» услуг, связанных с приобретением товаров ООО «СервисТрейд» частично или полностью оплаченных за счет предоставленных целевых средств потребительских кредитов банка.

То обстоятельство, что использованный в рекламе термин «рассрочка» не соотносится с положениями статьи 489 Гражданского Кодекса Российской Федерации, не свидетельствует о том, что данная реклама является недостоверной, так как в рекламном предложении речь идет об оформлении потребительского кредита в банке, а к таким правоотношениям указанная норма не применима, поскольку регулирует оплату товара в рассрочку исключительно между покупателем и продавцом без участия третьих лиц.

ООО «СервисТрейд» в материалы дела представлены печатные рекламные материалы (газета-каталог, листовки). Указанные рекламные материалы содержат сведения: «Рассрочка ... 0 руб. 0% первоначальный взнос 24 мес. период...».

Рассмотрение заявления и материалов приводит к следующим выводам.

В городе Челябинске по проспекту Победы, д. 348 расположен магазин «Техносила».

В соответствии с распоряжением директора по продажам ООО «СервисТрейд» от 17.08.2015 № 238 «О проведении акции Каталог 8.2 «Рассрочка!» в период с 18 августа по 14 сентября 2015 года во всех магазинах введена в действие кредитная

акция «Рассрочка».

В силу договора о сотрудничестве от 12.01.2015 № 0363/7700Q, заключенного между ООО «СервисТрейд» и банком ООО «Сетелем банк», банк предоставляет покупателям целевые кредиты на приобретение товаров в торговой организации, ООО «СервисТрейд». В соответствии с письмом ООО «Сетелем банк» между ООО «СервисТрейд» и банком ООО «Сетелем банк» установлена следующая схема работы. В рамках проведения акции «Рассрочка» для потребителей обратившихся за покупкой техники в кредит, реализуемой ООО «СервисТрейд», ООО «Сетелем банк» предоставляет кредит «Без переплат 2014», при этом потребитель получает от ООО «СервисТрейд» скидку на товар в размере 15 %.

В магазине «Техносила» по адресу: г. Челябинск, проспект Победы, д. 348 в период с 18 августа по 14 сентября 2015 года распространялась реклама в виде газеты-каталога и листовок, содержащая сведения: «Рассрочка ... 0 руб. 0% первоначальный взнос 24 мес. период...».

Факт распространения рекламы подтверждается фотоматериалами, представленными заявителем и не оспаривается ООО «СервисТрейд».

В рекламе присутствуют сведения: «Рассрочка ... 0 руб. 0% первоначальный взнос 24 мес. период...». Указанная информация выполнена крупным размером шрифта и ярким контрастным цветом, которая является наиболее привлекательной для потребителей. При этом в рекламе присутствуют и иные сведения, выполненные в нижней части рекламного поля гораздо более мелким размером шрифта, в частности «Рассрочка – название рекламной акции... в магазинах «Техносила» доступны для оформления кредиты...».

Из материалов дела следует, что ООО «СервисТрейд» самостоятельно не предоставляет покупателям рассрочку платежа, а заключило договор о предоставлении кредитов частным лицам - своим клиентам с ООО «Сетелем банк».

Таким образом, покупатель, воспользовавшийся рекламной информацией о предоставлении рассрочки, принимающий решение о приобретении в магазинах «Техносила» товара, оформляет кредитный договор, становясь при этом заемщиком ООО «Сетелем банк».

Правовое регулирование обязательств по договору купли-продажи осуществляется нормами Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ), в частности главой 30 ГК РФ.

Частью 1 статьи 454 ГК РФ установлено, что по договору купли-продажи одна сторона (продавец) обязуется передать вещь (товар) в собственность другой стороне (покупателю), а покупатель обязуется принять этот товар и уплатить за него определенную денежную сумму (цену).

Согласно части 1 статьи 489 ГК РФ договором о продаже товара в кредит может быть предусмотрена оплата товара в рассрочку. К договору о продаже товара в кредит с условием о рассрочке платежа применяются правила, предусмотренные пунктами 2, 4 и 5 статьи 488 настоящего Кодекса.

В силу положений части 3 статьи 500 ГК РФ по договору розничной купли-продажи оплата может производиться в кредит, в том числе с условием оплаты покупаемых

товаров в рассрочку.

В материалах дела отсутствуют сведения о том, что со стороны ООО «СервисТрейд» потребителям предоставлялся кредит в виде рассрочки. Это же следует из пояснений заявителя, которому возможность оплаты товаров в рассрочку со стороны продавца бытовой техники не представлялась, а было предложено заключить кредитный договор с третьим лицом – банком.

В сфере банковских отношений правовое регулирование обязательств по кредиту предусмотрено нормами параграфа 2 главы 42 Гражданского кодекса Российской Федерации.

Из части 1 статьи 819 ГК РФ следует, что по кредитному договору банк или иная кредитная организация (кредитор) обязуются предоставить денежные средства (кредит) заемщику в размере и на условиях, предусмотренных договором, а заемщик обязуется возвратить полученную денежную сумму и уплатить проценты на нее.

Таким образом, к отношениям купли-продажи применяется условие об оплате товара с предоставлением кредита в виде рассрочки, но такие правовые отношения в силу ГК РФ возникают между продавцом и покупателем товара.

Действующее законодательство предусматривает предоставление кредита в виде рассрочки при возникновении отношений между организацией – продавцом и физическим лицом.

К отношениям, возникающим между физическим лицом и кредитной организацией данное положение не применяется, поскольку природа таких договоров различна.

Материалами дела установлено, что в момент проведения акции «Рассрочка» с потребителями были заключены кредитные договоры, одной из сторон по которым выступал банк ООО «Сетелем банк». Так, в материалы дела ООО «Сетелем банк» представлена копия заявления о предоставлении потребительского кредита на приобретение покупателем бытовой техники в ООО «СервисТрейд», находящееся по адресу: г. Челябинск, пр-т Победы, д. 348.

Таким образом, фактически потребителям были предоставлены именно кредиты и кредитные обязательства возникали перед третьим лицом – кредитной организацией.

Присутствующие в рекламе сведения «Рассрочка» могут восприниматься потребителями как приобретение товара на условиях его оплаты частями без уплаты процентов продавцу товара. Однако фактически предоставляется финансовая услуга - банковский кредит и договорные отношения по возврату денежных средств с условием выплаты процентов возникают с кредитной организацией, а не с организацией, реализующей товар.

Согласно пункту 41 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17 августа 2006 года № 508 в решении указываются основания для переквалификации нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В действиях ООО «СервисТрейд» по размещению рекламных сведений об акции «Рассрочка» усматриваются признаки нарушения пункта 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» ввиду следующего.

В силу пункта 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», в соответствии с указанной нормой недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе.

Природа договоров купли-продажи, включающая продажу с предоставлением кредита в виде рассрочки, и кредитных договоров, заключаемых с финансовой организацией, различна.

Указанная в рекламе информация «рассрочка» не соответствует природе предоставляемой потребителям услуги при покупке бытовой техники у ООО «СервисТрейд» в магазине «Техносила», то есть содержит не соответствующие действительности сведения о характеристике данной услуги, в частности о ее природе.

При условии, что фактически при покупке бытовой техники у ООО «СервисТрейд» в магазине «Техносила» потребителям предоставляется кредит третьим лицом (банком) для оплаты купленного товара, в рекламе должны быть указаны сведения о фактически предоставляемой услуге (кредит).

Предоставление кредита финансовой организацией – банком подтверждают и изложенные в рекламе дополнительные сведения «Кредит предоставляется ООО «Сетелем банк».

Таким образом, при предоставлении финансовой организацией физическому лицу денежных средств для оплаты приобретаемого им товара по договору купли-продажи заключается кредитный договор. Предоставление кредита в виде рассрочки при покупке товаров в магазине «Техносила», как продавцом бытовой техники, так и кредитной организацией не осуществляется.

Присутствующие в рекламе сведения «рассрочка» рассматриваются Комиссией как не соответствующие действительности, а реклама является недостоверной, нарушающей пункт 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Указание в рекламе дополнительных сведений об оформлении потребительского кредита не свидетельствует, что информация о рассрочке соответствует природе заключаемого договора с кредитной организацией при покупке товаров в магазине «Техносила» и содержит несоответствующие действительности сведения о характеристике предоставляемой услуги.

Частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» за нарушение требований пункта 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» предусмотрена ответственность рекламодателя.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно статье 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодателем является

изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержания рекламы лицо, рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Исходя из понятия рекламодателя, изложенного в статье 3 Федерального закона «О рекламе», рекламодатель - это по сути, заказчик рекламы, то есть то лицо, в чьих интересах осуществляется распространение и размещение рекламы. Соответственно, таким лицом могут выступать изготовитель, продавец, фирма, оказывающая услуги, государственный или общественный орган, частное лицо и так далее

Рекламодателем рекламы следует признать ООО «СервисТрейд», как продавца товаров в магазине «Техносила» в городе Челябинске (проспект Победы, д. 348), в том числе реализующего его с условием предоставления банком кредита для оплаты покупателем приобретаемого им товара.

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

Поскольку срок акции истек 14 сентября 2015 года и распространение рекламы прекращено, что подтверждается объяснениями ООО «СервисТрейд» и представленными материалами, необходимость в выдаче предписания отсутствует.

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 «СервисТрейд», распространенную в период с 18 августа 2015 года по 14 сентября 2015 года в городе Челябинске (проспект Победы, д. 348) в магазине «Техносила», поскольку в ней нарушены требования пункта 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

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

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ООО «СервисТрейд» и его должностного лица.

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