

**РЕШЕНИЕ по делу №08-157/2016 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе**

Исх.№ИП-08/11524 от 18.08.2016

Комиссия Татарстанского УФАС России по рассмотрению дела о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии <...>;

Члены Комиссии <...>;

<...>,

рассмотрев дело № 08-157/2016 возбужденное по признакам нарушения части 7 статьи 5, части 1 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»), в присутствии:

- представителя ИП <...>- <...> (доверенность б/н от 25.03.2015г.),

**УСТАНОВИЛА:**

В ходе мониторинга печатных средств массовой информации на предмет соблюдения законодательства Российской Федерации о рекламе Управлением установлен факт распространения в газете «Pro Город-ТВ» (выпуск №20 (281) от 14.05.2016г.) рекламного объявления с текстом следующего содержания: «ДЕНЬГИ под залог недвижимости; Помощь в получении без переоформления за 1 час; оказание консультационных услуг; т. 296-10-05», которое содержит признаки нарушения части 7 статьи 5, части 1 статьи 28 Федерального Закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ (далее – Закон «О рекламе»).

Из рекламы, указанной в обращении, следует, что объектом рекламирования выступают услуги по выдаче займов, о чем свидетельствуют используемые в рекламном материале фразы: «ДЕНЬГИ под залог недвижимости; Помощь в получении без переоформления за 1 час...».

При этом, также в рекламе содержится указание на оказание консультационных услуг, вместе с тем, из рекламы следует, что консультационные услуги по возможности приобретения кредитов или займов являются одним из объектов рекламирования.

Соответственно, в вышеуказанной рекламе объектом рекламирования выступают как финансовые, так и консультационные услуги.

Таким образом, рассматриваемая реклама, в части рекламирования финансовых услуг, должна соответствовать положениям статьи 28 Закона «О рекламе».

**На основании вышеизложенного Управлением было возбуждено настоящее дело.**

В пункте 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон «О рекламе») дано понятие рекламы – это 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 пункту 2 статьи 3 Закона «О рекламе» объектом рекламирования является 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.

Учитывая правовой смысл и содержание приведенных понятий рекламы и объекта рекламирования, информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах, а также об изготовителе (продавце) такого товара, то есть объекту рекламирования в целом.

Информация, распространявшаяся в газете «Pro Город-ТВ» (выпуск №20 (281) от 14.05.2016г.), с текстом следующего содержания: «ДЕНЬГИ под залог недвижимости; Помощь в получении без переоформления за 1 час; оказание консультационных услуг; т. 296-10-05» содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц, преследует строго заданные цели информирования: продвижения на рынке, призвана формировать и поддерживать интерес к товарам и услугам, оказываемым соответствующим рекламодателем, а именно финансовым и консультационным услугам.

Из рекламы, указанной в обращении, следует, что объектом рекламирования выступают услуги по выдаче займов, о чем свидетельствуют используемые в рекламном материале фразы: «ДЕНЬГИ под залог недвижимости; Помощь в получении без переоформления за 1 час...». При этом, также в рекламе содержится указание на оказание консультационных услуг, вместе с тем, из рекламы следует, что консультационные услуги по возможности приобретения кредитов или займов являются одним из объектов рекламирования.

Соответственно, в вышеуказанной рекламе объектом рекламирования выступают как финансовые, так и консультационные услуги.

Реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе признается ненадлежащей.

Таким образом, распространение вышеуказанной рекламы с текстом следующего содержания: «ДЕНЬГИ под залог недвижимости; Помощь в получении без переоформления за 1 час; оказание консультационных услуг; т. 296-10-05» также не соответствует требованиям части 7 статьи 5 Закона «О рекламе».

Системный анализ финансового и банковского законодательства позволяет сделать вывод, что под финансовой деятельностью понимается, в частности, деятельность лиц (лица), в первую очередь, профессиональных участников рынка финансовых услуг, связанная с привлечением и (или) размещением денежных

средств юридических и физических лиц.

Согласно части 1 статьи 28 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).

Согласно статье 5 Закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускается. Частью 7 статьи 5 Закона также предусмотрено, что 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. Исходя из анализа содержания вышеуказанной рекламы следует, что в ней отсутствует наименование или имя лица, который предоставляет финансовые услуги по выдаче денег, то есть данная реклама не соответствует части 1 статьи 28 Закона «О рекламе».

Отсутствие наименования или имя лица, оказывающего финансовые услуги населению, вводит в заблуждение потребителя спорной рекламы. 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.

Кроме того, Комиссия приходит к выводу, что рассматриваемая реклама не соответствует части 7 статьи 5 Закона «О рекламе» в части отсутствия существенной информации о лице оказывающей финансовые услуги, которым вводит в заблуждение потребителей о законности деятельности лиц (лица), предоставляющих денежные средства.

Указанные выводы Комиссии основаны на следующем.

В соответствии с пунктом 2 статьи 4 Закона о защите конкуренции 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.

Пунктом 6 данной статьи установлено, что финансовая организация - 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).

В соответствии со статьей 4 Федерального закона от 21.12.2013 №353-ФЗ «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 силу положений Гражданского кодекса Российской Федерации (в частности, статьи 807, 819) и Закона о потребительском кредите услуги по предоставлению потребительских займов не являются услугами по предоставлению потребительских кредитов и наоборот. При этом кредитором по кредитному договору может выступать только банк или иная кредитная организация, а заимодавцем по договору займа - иные лица.

Учитывая изложенное, в сферу регулирования части 13 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» подпадает исключительно реклама услуг по предоставлению потребительских займов.

Согласно пункту 1 части 1 статьи 3 Закона о потребительском кредите 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);

Пунктом 5 части 1 статьи 3 Закона о потребительском кредите установлено, что профессиональная деятельность по предоставлению потребительских займов - это 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).

При этом согласно статье 4 Закона о потребительском кредите профессиональная деятельность по предоставлению потребительских займов некредитными финансовыми организациями осуществляется в случаях, определенных федеральными законами об их деятельности.

Такой порядок деятельности установлен Федеральными законами «О ломбардах», «О кредитной кооперации», «О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях», «О сельскохозяйственной кооперации».

Согласно письму ФАС России от 31 июля 2014 г. № АД/30890/14, что из числа финансовых организаций (в том числе некредитных финансовых организаций, поименованных в статье 76.1 Федерального закона «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» и поднадзорных Банку России, а также указанных в пункте 6 статьи 4 Федерального закона «О защите конкуренции» и не поднадзорных Банку России) индивидуальными предпринимателями могут являться только страховые брокеры.

При этом необходимо отметить, что страховые брокеры, осуществляя указанную в первом абзаце части 6 статьи 8 Федерального закона «Об организации

страхового дела в Российской Федерации» деятельность, в соответствии с третьим абзацем данной части вправе осуществлять иную связанную с оказанием услуг по страхованию и не запрещенную законом деятельность, за исключением деятельности страховщика, перестраховщика, страхового агента.

Из изложенного следует, что страховые брокеры не вправе осуществлять профессиональную деятельность по предоставлению потребительских займов.

Таким образом, несмотря на норму пункта 5 части 1 статьи 3 Закона о потребительском кредите, содержащую формальное указание на возможность осуществления профессиональной деятельности по предоставлению потребительских займов индивидуальными предпринимателями, а равно и физическими лицами, фактически они не имеют возможности ее осуществлять.

Исходя из вышеизложенного, учитывая, что в рассматриваемой рекламе отсутствует наименование, и имя лица оказывающего финансовые услуги по выдаче займов потребитель не может проверить либо установить законность деятельности рекламодателя по выдаче займов, т. е. потребитель вводится в заблуждение относительно законности оказываемых рекламодателем финансовых услуг.

Учредителем СМИ «PRO Город-ТВ» является ООО «Газета про Казань». Согласно договору между учредителем и редакцией СМИ газеты «PRO Город-ТВ» от 03 августа 2015г. (далее - Договор), редакцией СМИ газеты «PRO Город-ТВ» является ИП <...>, самостоятельное лицо, осуществляющее подготовку материалов и выпуск средств массовой информации в соответствии со ст. 19 Федерального Закона «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1.

Из вышеуказанного следует, что рекламодателем данного рекламного материала является ИП <...>.

Из положения части 7 статьи 38 Федерального Закона «О рекламе» следует, что за нарушение требований, установленных частью 1 статьи 28 Закона «О рекламе» несет ответственность рекламодатель, т.е. ИП <...>. На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1,2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20,21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, размещенную в газете «Про Город-ТВ» (выпуск №20 (281) от 14.05.2016г.) с текстом следующего содержания: «ДЕНЬГИ под залог недвижимости; Помощь в получении без переоформления за 1 час; оказание консультационных услуг; т. 296-10-05», поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, части 1 статьи 28 Закона «О рекламе».
2. Выдать ИП <...> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Татарстанского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>