

<...>

### **РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 15-Р-18**

Резолютивная часть решения оглашена 18.09.2018  
Абакан

г.

В полном объеме решение изготовлено 18.09.2018

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Хакасия по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель  
Комиссии <...>,

Члены Комиссии

<...>,

рассмотрев дело № 15-Р-18, возбужденного в отношении <...> по признакам нарушения пункта 2 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) по факту распространения рекламы «Рассрочка 0-0-24»,

в отсутствии заявителя - <...>, надлежащим образом уведомлен,

в отсутствии ответчика <...>, надлежащим образом уведомлено,

### **УСТАНОВИЛА:**

В адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Хакасия (далее – Хакасское УФАС России) 07.05.2018 г. (вх. № 2386) поступило заявление <...> о распространении <...> рекламы, содержащей не соответствующие действительности сведения о предоставлении рассрочки без переплат при покупке товара.

<...> пояснил, что реклама вводит потребителей в заблуждение, поскольку <...> проводит рекламную кампанию «Расрочка-0-0-24», которая подразумевает рассрочку на покупку товара без первоначального взноса под 0 % сроком на 24 месяца, однако по факту покупатель оформляет товар в кредит с переплатой 40-50 % от первоначальной стоимости товара.

К своему заявлению <...> приложил копию кредитного договора №121085343 от 28.04.2018 г., заключенного между <...> и ПАО «Русский Стандарт Банк», подтверждающий факт переплаты при покупке товара.

Также заявитель приложил копии распечатки с официального сайта Интернет-магазина <...> с информацией о приобретении товара в рассрочку.

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе объект рекламирования - 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.

Данная информация полностью подпадает под понятие – реклама, так как имеет все признаки вышеуказанных понятий.

22.05.2018 г. (исх. 04-2955/AM) направлен запрос в адрес <...> о предоставлении пояснений о проведении рекламной акции «Рассрочка-0-0-24».

Из письменных пояснений <...> от 15.06.2018 г. (вх. № 3049) следует, что акция называется <...>. Согласно правилам акции, рассрочка предоставляется посредством оформления кредита. Кредит предоставляется банками АО «Альфа-банк», «Хоум Кредит энд Финанс Банк», «Ренессанс Кредит», «Восточный экспресс банк», АО «Банк Русский Стандарт», АО «ОТП Банк» и ПАО «Почта Банк».

Организатор акции предоставляет скидку на товар банкам-партнерам, в связи с чем, сумма подлежащая выплате банкам, не превышает стоимость товара.

Кроме того, для участия в акции обязательным является приобретение дополнительных услуг, таких как «Экспресс сервис», определенная услуга по настройке и установке техники, аксессуары стоимостью от 1000 рублей.

Из представленных документов и сведений следует, что <...> самостоятельно не предоставляет покупателям рассрочку платежа, а заключило договор о предоставлении кредитов частным лицам - своим клиентам с банками-партнерами.

Таким образом, покупатель, воспользовавшийся рекламной информацией о предоставлении рассрочки, принимающий решение о приобретении в магазинах <...> товара, оформляет кредитный договор, становясь при этом заемщиком банка.

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 данном случае, кредит в виде рассрочки со стороны <...> не предоставлялся.

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.

Исходя из поступивших сведений, <...> заключен кредитный договор № 121085343 от 28.04.2018 г. По условиям данного договора ей предоставлен кредит на сумму 27 694,36 рублей с условием выплаты денежных средств по процентной ставке за 12 месяцев в размере 19,90 % годовых.

Фактически потребителю был предоставлен именно банковский кредит и кредитные обязательства возникли у него перед третьим лицом - банком.

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.

Как указывалось выше, 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 в магазине <...>, то есть содержит не соответствующие действительности сведения о характеристике данной услуги.

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

Как следует из заявления <...>, при восприятии рекламы <...> воспользовалась именно данной информацией (т.е. «рассрочка»), однако в результате для оплаты приобретенного товара с ней был заключен кредитный договор.

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 <...> как продавцом бытовой техники, так и кредитной организацией не осуществляется.

Согласно пункту 2 части 3 статьи 5 Закона 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 соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение пункта 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодаделец.

Рекламодателем вышеуказанной рекламы является <...>.

Определением от 07.07.2018 г. возбуждено дело 15-Р-18 по признакам нарушения пункта 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе в отношении <...>, рассмотрение дела назначено на 07.08.2018 г.

Определением об отложении рассмотрения дела № 15-Р-18 рассмотрение дела отложено на 18.09.2018 года.

13.08.2018 г. в адрес Хакасского УФАС России поступили от <...> запрашиваемые документы относительно распространения ненадлежащей рекламы.

<...> пояснило, что в период проведения акции покупатель приобретает товар посредством оформления кредита в соответствующем банке. Общество предоставляет покупателям скидку на товар в размере процентов, подлежащих выплате Банку за пользование кредитом, в связи с чем, полная сумма, подлежащая выплате Банку, не превышает первоначальную стоимость товара до скидки.

Однако, согласно кассовому чеку и графику платежей по договору № 121085343, заключенного между <...> и банком «Русский стандарт», заявитель приобрел товар на сумму 27694,36 рублей, а общая сумма выплат за 12 месяцев составит 31580,8 рублей.

Таким образом, присутствующие в рекламе сведения «рассрочка» рассматриваются Комиссией как не соответствующие действительности, а реклама является недостоверной, нарушающей пункт 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Согласно сведениям официального сайта <...> срок рекламной акции <...> истек, у Комиссии основания для выдачи предписания отсутствуют.

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 <...>, в которой присутствуют не соответствующие действительности сведения «Рассрочка 0-0-24», поскольку в ней нарушены требования пункта 4 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
2. Признать <...> ответственным за нарушение требований установленных пунктом 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.
3. Предписание <...> не выдавать.

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

Председатель комиссии

<...>

Члены комиссии:

<...>