

## РЕШЕНИЕ

Дата принятия решения: 15 сентября 2022 года

г. Иваново

Комиссия Ивановского УФАС России по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе (далее - Комиссия):

<...>

рассмотрев дело №037/05/5-410/2022 (03-31/2022-08), возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

в отсутствие представителя заявителя: Центрального банка Российской Федерации, ГУ Банка России по ЦФО (ИНН 7702235133) (извещен надлежащим образом),

в присутствии представителей лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе: ООО «Динамика» (ИНН 3702131345): <...>,

### УСТАНОВИЛА:

В Ивановское УФАС России поступило заявление Главного управления Банка России по Центральному федеральному округу от 20.06.2022 № Т1-34-11/47692 (вх. №2301 от 28.06.2022) о распространении рекламы с признаками нарушения ч.13 ст.28 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

Так, согласно предоставленным сведениям на стене здания по адресу: г. Иваново, Московский мкр., д.10 размещена информация «НАЛИЧНЫЕ комиссионный/ювелирный магазин мы лучше, чем ЛОМБАРД!». При этом из заявления ГУ Банка России по ЦФО следует, что по данному адресу ООО «Динамика» предоставляются займы, при этом указанное юридическое лицо не включено в реестр микрофинансовых организаций (ломбардов).

Согласно ч.13 ст.28 Закона о рекламе реклама услуг по предоставлению потребительских займов лицами, не осуществляющими профессиональную деятельность по предоставлению потребительских займов в соответствии с Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)», не допускается.

Вывод заявителя об оказании финансовой услуги лицом, не обладающим правом заниматься профессиональной деятельностью по предоставлению потребительских займов, сделан на основании озвученной в ходе телефонного разговора информации о возможности оформления потребительских займов. Однако к заявлению не приложено каких-либо доказательств, подтверждающих, что вместо рекламируемых услуг комиссионного и ювелирного магазина потребителям предлагают займы.

Необходимо отметить, что сам по себе факт осуществления предусмотренной законодательством о потребительском кредите (займе) деятельности по предоставлению потребительских кредитов (займов), не имеющими права на ее осуществление, свидетельствует о составе административного правонарушения по ст. 14.56 КоАП РФ.

Действительно, Ивановским УФАС России у прокуратуры Ленинского района г. Иваново были запрошены сведения, подтверждающие факт осуществления в данном магазине незаконной предпринимательской деятельности. В антимонопольный орган поступила

информация о возбуждении дела об административном правонарушении по ч.1 ст.14.56 КоАП РФ в отношении директора ООО «Динамика» <...>.

Решением мирового судьи директор ООО «Динамика» <...> привлечена к административной ответственности в соответствии с ч.1 ст.14.56 КоАП РФ в виде штрафа.

Факт распространения рекламы подтверждается: сведениями ГУ Банка России по ЦФО, Администрации города Иванова, актом осмотра места распространения рекламы, фотографиями, видеозаписью.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия пришла к следующим выводам.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона о рекламе ненадлежащей является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Согласно ст. 3 Закона о рекламе реклама – это информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирования и поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке.

Рассматриваемая информация подпадает под определение рекламы и содержит все её признаки:

- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к комиссионному/ювелирному магазину и оказываемым услугам, связанным, как следует из содержания рекламы и сопровождающих текст изображений, с осуществлением операций с наличными деньгами и ювелирными изделиями;
- призвана формировать и поддерживать интерес к объектам рекламирования, способствует их продвижению на рынке.

Согласно п.51 «ГОСТ Р 51303-2013. Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения» (утв. Приказом Росстандарта от 28.08.2013 №582-ст) к одному из типов торговых предприятий относится комиссионный магазин (магазин «секонд хенд») - магазин с площадью торгового зала от 18 м<sup>2</sup>, в котором по методу самообслуживания осуществляют продажу непродовольственных товаров, в т. ч. бывших в употреблении и/или принятых от населения по договору комиссии и другим договорам.

Из представленных прокуратурой Ленинского района г. Иваново материалов следует, что ООО «Динамика» заключало с гражданами договоры купли-продажи, в которых было включено условие об обязательной выплате неустойки за расторжение договора в размере 0,5% за каждый день хранения товара. Денежные средства потребителю передавались в момент заключения договоров до реализации имущества, была предусмотрена возможность выкупа имущества и его хранение. Из изложенного, в соответствующем постановлении от 15.07.2022 о возбуждении дела об административном правонарушении по ч.1 ст.14.56 КоАП РФ сделан вывод о том, что фактически между сторонами договоров возникали правоотношения по выдаче денежного займа (потребительского кредита) по залог имущества.

Согласно п. 2 ст. 4 Федерального закона №135-ФЗ от 26.07.2006 «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции) финансовая услуга – банковская услуга, страховая услуга, услуга на рынке ценных бумаг, услуга по договору лизинга, также услуга, оказываемая финансовой организацией и связанная с привлечением и (или) размещением денежных средств юридических и физических лиц.

Таким образом, финансовыми услугами являются конкретные услуги, прямо указанные в данном определении, а также иные услуги, связанные с привлечением и (или) размещением денежных средств в случае, если такие услуги оказываются финансовой организацией.

Перечень финансовых организаций содержится в п. 6 ст. 4 Закона о защите конкуренции и является закрытым. Финансовой организацией является хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги, - кредитная организация, микрофинансовая организация, кредитный потребительский кооператив, страховщик, страховой брокер, общество взаимного страхования, фондовая биржа, валютная биржа, ломбард, лизинговая компания, негосударственный пенсионный фонд, управляющая компания инвестиционного фонда, управляющая компания паевого инвестиционного фонда, управляющая компания негосударственного пенсионного фонда, специализированный депозитарий инвестиционного фонда, специализированный депозитарий паевого инвестиционного фонда, специализированный депозитарий негосударственного пенсионного фонда, профессиональный участник рынка ценных бумаг.

По сведениям с официального Интернет-сайта ЦБ РФ ООО «Динамика» не включено в реестр микрофинансовых организаций (ломбардов).

Вместе с тем, в рассматриваемой рекламе невозможно однозначно вычлнить такой объект рекламирования как потребительский займ. Из текста рассматриваемой рекламы «мы лучше, чем ЛОМБАРД! наличные» в совокупности с информацией, указанной на вывеске организации, и оформлением входа в помещение (изображение ювелирных изделий и денег) можно предположить, что юридическое лицо занимается скупкой ювелирных изделий. При этом установлено, что у входа в помещение указанного магазина в «уголке потребителя» размещены свидетельство о регистрации ООО «Динамика» в ЕГРЮЛ и уведомление о включении Общества в реестр специального учета юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, осуществляющих операции с драгоценными металлами и драгоценными камнями.

Как разъяснено в п.29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», 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.

Согласно п.28 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг. Поэтому если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегль), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования. При этом оценка рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Исходя из изложенного, вопрос о восприятии рассматриваемой рекламы с позиции обычного потребителя был вынесен на обсуждение членов Экспертного совета по применению законодательства о рекламе (далее - Совет), по результатам приведенных мнений подведены следующие итоги:

1) члены Совета единогласно указали, что данная реклама не воспринимается как предложение оформить потребительский займ;

2) большинство членов Совета сообщили, что реклама «мы лучше, чем ЛОМБАРД!» в совокупности с информацией, указанной на вывеске организации, и оформлением входа в помещение может восприниматься потребителями в качестве рекламы услуг по скупке ювелирных изделий.

Учитывая, что потребителями рассматриваемая реклама может восприниматься в виде рекламы услуг по скупке ювелирных изделий, а также тот факт, что у входа в помещение магазина ООО «Динамика» разместило уведомление о включении Общества в реестр специального учета юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, осуществляющих операции с драгоценными металлами и драгоценными камнями, Комиссия приходит к выводу о наличии в рекламе скупки в качестве объекта рекламирования.

Об осуществлении скупки ювелирных изделий свидетельствует и установленный прокуратурой Ленинского района г. Иваново факт о заключения ООО «Динамика» с гр. <...> договора купли-продажи ювелирных изделий от 28.06.2022 №308319 МС. Согласно п.1.1 условий данного договора продавец, которым в данном случае является гражданин, передает покупателю товар (серьги из золота 585 пробы) в собственность, в п.2.3 предусмотрено, что покупатель оплачивает товар в момент подписания договора.

Вместе с тем, в соответствии с новеллами действующего законодательства Российской Федерации скупка у граждан находящихся в их собственности ювелирных и других изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней и лома таких изделий осуществляется юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями, состоящими на специальном учете в Федеральной пробирной палате и имеющими лицензию на такой вид деятельности.

Сведения об ООО «Динамика» не внесены в реестр лицензий на официальном Интернет-сайте Федеральной пробирной палаты по адресу: <https://knd.gov.ru/registry?registryTypes=processingPreciousMetals>.

Согласно ЕГРЮЛ в видах деятельности ООО «Динамика» отсутствует ОКВЭД. 96.09.1 (деятельность по оказанию услуги по скупке у граждан ювелирных и других изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней, лома таких изделий), основным видом деятельности является торговля розничная ювелирными изделиями в специализированных магазинах, одним из дополнительных – торговля розничная прочими бывшими в употреблении товарами.

Административная ответственность за нарушение требований постановления на специальный учет в Федеральной пробирной палате предусмотрена в ч.1 ст.15.43 КоАП РФ, антимонопольная служба не наделена полномочиями по возбуждению и рассмотрению указанной категории дел.

При этом из приведенных выше доводов и установленных обстоятельств следует, что в рассматриваемой рекламе содержатся признаки нарушения п.7 ст.7 Закона о рекламе, согласно которой не допускается реклама товаров, на производство и (или) реализацию которых требуется получение лицензий или иных специальных разрешений, в случае отсутствия таких разрешений.

Вместе с тем, какую бы из своей деятельности ни рекламировало ООО «Динамика» приведенным способом (выдача потребительских займов, скупку ювелирных изделий, услуги комиссионного и ювелирного магазина) или же все вместе, из рассматриваемой рекламы невозможно однозначно понять о каком объекте рекламирования идет речь. Следовательно, в ней содержатся признаки нарушения ч.7 ст.5 Закона о рекламе, где установлено, 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.

Из содержания рекламы также невозможно установить, какую из своей деятельности ООО «Динамика» сравнивает с услугами ломбардов, есть ли у Общества доказательства достоверности данного утверждения? Критерии, по которым проводилось сравнение, в рекламе не указаны.

Поэтому в рекламе содержатся и признаки нарушения п.1 ч.3 ст.5 Закона о рекламе, согласно которой недостоверной признается реклама, содержащая не соответствующие действительности сведения: о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в

обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В письменных Объяснениях от 13.07.2022 законный представитель ООО «Динамика» указал, что организация является комиссионным магазином, т.е. люди приносят свою технику, после оценки которой с гражданином заключается договор о продаже имущества, далее оно реализуется, а денежные средства поступают в собственность Общества.

На заседание Комиссии заявитель представил ходатайство о рассмотрении дела в его отсутствие, представитель ООО «Динамика» нарушения Закона о рекламе признал, сообщив следующее.

Общество является в данном случае и рекламодателем, и рекламораспространителем.

Уведомление о включении ООО «Динамика» в реестр специального учета юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, осуществляющих операции с драгоценными металлами и драгоценными камнями, у входа в магазин размещено, т.к. предполагалось в соответствии с требованиями законодательства осуществлять деятельность по скупке ювелирных изделий. Факт осуществления скупки ювелирных изделий у граждан в период распространения рассматриваемой рекламы Общество признало.

Фразой «мы лучше, чем ЛОМБАРД» ООО «Динамика» рекламировало свою деятельность, признанную на основании постановления прокуратуры Ленинского района г. Иваново незаконной предпринимательской деятельностью по выдаче потребительских займов. При этом документально подтвержденными сведениями о достоверности приведенного в рекламе утверждения Общество не располагает, сравнивало в рекламе проценты за пользование денежными средствами.

Исходя из изложенного, Комиссия пришла к выводу о нарушении в рассматриваемой рекламе требований п.1 ч.3 и ч.7 ст.5, п.7 ст.7, ч.13 ст.28 Закона о рекламе.

Согласно ст.38 Закона о рекламе за нарушение п.1 ч.3 и ч.7 ст.5 данного закона ответственность несет рекламодаделец, за нарушение п.7 ст.7, ч.13 ст.28 – рекламодаделец и рекламораспространитель.

Рекламодателем и рекламораспространителем в данном случае является ООО «Динамика».

При рассмотрении дела в Ивановское УФАС России представлены сведения о прекращении распространения рассматриваемой рекламы.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «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 РФ от 24.11.2020 №1922, Комиссия

#### РЕШИЛА:

1. Признать рекламу, содержащую следующий текст: «НАЛИЧНЫЕ комиссионный/ювелирный магазин мы лучше, чем ЛОМБАРД!», размещенную на стене здания по адресу: г. Иваново, Московский мкр., д.10, ненадлежащей, поскольку при ее распространении были нарушены требования п.1 ч.3 и ч.7 ст.5, п.7 ст.7, ч.13 ст.28 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

2. Предписание об устранении выявленных нарушений Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» не выдавать в связи с их добровольным устранением.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Ивановского УФАС России для решения вопроса в соответствии с Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 15 сентября 2022 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном ст. 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.