

Решение по делу №08-130/2016 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

Исх. ИП-08/10299 от 26.07.2016

Резолютивная часть решения оглашена: «08» июля 2016г.

В полном объеме решение изготовлено: «22» июля 2016г.

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

Председатель Комиссии <...>-(...);

Члены Комиссии <...>-(...);

<...>-(...),

рассмотрев дело № 08-130/2016 возбужденное по признакам нарушения пункта 1 статьи 28, пункта 2 части 2 статьи 28, части 13 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»), в отсутствии:

- ИП <...> и ее законного представителя,

Установила:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее - Управление) поступили сведения Отделения - Национального банка по РТ о результатах мониторинга средств массовой информации (вх. № 5707 от 23.05.2016г.) по факту размещения в газете «Про Город-ТВ» от 07.05.2016 г. №19 (280) в рубрике «ФИНАНСЫ» рекламного объявления с текстом следующего содержания: *«Деньги под залог от 3% в месяц без переоформления и посредников за день. Оказание консультационных услуг.....89172321555, 2535357»*, имеющего признаки нарушения пункта 1 статьи 28, пункта 2 части 2 статьи 28, части 13 статьи 28 Закона «О рекламе».

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. , 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.

На основании вышеизложенного следует, что рекламодателем вышеуказанного рекламного объявления является ИП <...>

В ходе рассмотрения настоящего дела Комиссия пришла к следующим выводам.

В пункте 1 статьи 3 Закона «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» от 07.05.2016 г. №19 (280) в рубрике «ФИНАНСЫ» с текстом следующего содержания: «*Деньги под залог от 3% в месяц без переоформления и посредников за день. Оказание консультационных услуг.....89172321555, 2535357*», 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, предоставляемым соответствующим рекламодателем.

Как следует из содержания вышеуказанного объявления, рекламодатель оказывает консультационные услуги, а также выдает деньги под залог от 3% без переоформления и посредников.

Посредник — лицо, фирма, организация, оказывающие содействие в установлении контактов и заключении сделок, контрактов между производителями и потребителями, продавцами и покупателями товаров и услуг (словарь «Борисов А.Б. Большой экономический словарь. — М.: Книжный мир, 2003. — 895 с.»).

Таким образом, рекламодатель самостоятельно осуществляет финансовую деятельность, а не оказывает содействие в установлении контактов и заключении сделок.

В рассматриваемом рекламном объявлении наименование организации, оказывающей финансовые услуги населению, отсутствует. В связи с чем, установить у рекламодателя наличия разрешения на осуществления финансовой деятельности не представляется возможным. Также как следует из вышеуказанного объявления, из условий представления залога указана только минимальная процентная ставка (от 3%).

В соответствии с пунктом 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).

В соответствии с [пунктом 2 части 2 статьи 28](#) Закона «О рекламе» реклама

банковских, страховых и иных финансовых услуг не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

К условиям, влияющим на сумму доходов, относятся: минимальная сумма личных сбережений, их срок размещения, процентная ставка, возможность пополнения, минимальный размер дополнительного взноса, периодичность начисления процентов, наличие или отсутствие капитализации, изменение процентной ставки внутри срока договора, процентная ставка при досрочном востребовании личных сбережений, периодичность выплаты процентов, иные условия, если их включение в договор может повлиять на сумму денежных средств, которую пайщик должен получить по договору передачи личных сбережений, удержания кооперативом подоходного налога с начислением целевых компенсационных выплат по договору о приеме личных сбережений в соответствии с налоговым законодательством, срок выплаты денежных средств.

Согласно [пункту 28](#) Постановления Пленума Высшего арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 г. № 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. При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Поскольку распространенная реклама финансовой услуги направлена на формирование у потребителей желания ею воспользоваться, то существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

В соответствии с частью 13 статьи 28 Закона «О рекламе» реклама услуг по предоставлению потребительских займов лицами, не осуществляющими профессиональную деятельность по предоставлению потребительских займов в соответствии с Федеральным законом от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)», не допускается.

Кроме того, согласно позиции ФАС России, из спорной рекламы, следует, что объектом рекламирования выступают услуги по выдаче займов, о чем свидетельствуют используемые в рекламном материале фразы: «*Деньги под залог от 3% в месяц без переоформления и посредников за день....*» и 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 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»).

Из положения части 7 статьи 38 Федерального Закона «О рекламе» следует, что за нарушение требований, установленных частью 1 статьи 28 и частью 13 статьи 28 Закона «О рекламе» несет ответственность рекламодатель, т.е. <...>

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 «Pro Город - ТВ» Казань № 19 (280) от 07 мая 2016г в рубрике «ФИНАНСЫ» с текстом следующего содержания: *«Деньги под залог от 3% в месяц без переоформления и посредников за день. Оказание консультационных услуг.....89172321555, 2535357»*, поскольку в ней нарушены требования пункта 1 статьи 28, пункта 2 части 2 статьи 28, части 13 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.