

РЕШЕНИЕ

по делу № 012/05/28-813/2022

о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

«22» ноября 2022 года

г. Йошкар-Ола

Резолютивная часть решения объявлена: «21» ноября 2022 года

Полный текст решения изготовлен: «22» ноября 2022 года

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

председатель Комиссии – заместитель руководителя – начальник отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов <...>;

член Комиссии – главный специалист – эксперт отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов <...>;

член Комиссии – ведущий специалист – эксперт отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов <...>;

рассмотрев дело № 012/05/28-813/2022, возбужденное по признакам нарушения части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 – ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), по факту распространения наружной рекламы по адресу: Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, ул. Строителей, д. 38, в присутствии представителя <...> по доверенности,

УСТАНОВИЛА:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) 25.10.2022 установлен факт размещения рекламы следующего содержания:

,

далее – Реклама,

На заседании Комиссии Марийского УФАС России представитель ООО МКК «Касса № 1» <...> факт нарушения законодательства о рекламе признала в полном объеме, поддержала письменные пояснения (вх. № 8731-ЭП/22 от 17.11.2022).

Комиссия Марийского УФАС России, рассмотрев полученные материалы, документы, письменные и устные пояснения лиц, участвующих в деле, приходит к выводу о нарушении законодательства о рекламе при распространении рассматриваемой рекламы на основании следующего.

В соответствии со ст. 1 Закона о рекламе целями данного Федерального закона являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в РФ единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения законодательства РФ о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Целью любого закона является защита и охрана определенных общественных интересов. Включение законодателем в цели Закона о рекламе предотвращения и пресечения ненадлежащей рекламы, говорит о том, что распространение такой рекламы уже является угрозой общественным интересам, охраняемым данным законом.

В соответствии с п. 1, 2, 3 ст. 3 Закона о рекламе реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме, 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.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена (Письмо ФАС России от 05.04.2007 №АЦ/4624 «О понятии «неопределенный круг лиц»).

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.

Товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками - распространена на радио; адресована

неопределенному кругу лиц; направлена на привлечения внимания потребителей к услугам и товарам, предоставляемым соответствующим рекламодателем и осуществляемой им деятельности.

Статьей 5 Закона о рекламе установлено, что реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Из содержания текста рекламы следует, что объектом рекламирования выступают услуги по предоставлению займов от 1 000 рублей до 500 000 рублей, в том числе деятельность, оказываемая ООО МКК «Касса № 1».

Таким образом, рассматриваемая информация является рекламой, так как распространена посредством размещения рекламной конструкции, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

Согласно пункту 2 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» под финансовой услугой понимается 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.

Поскольку в рекламе указано на возможность выдачи денежных средств, данная услуга является финансовой услугой.

В соответствии с частью 7 статьи 5 Закона о рекламе 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.

В соответствии с пунктом 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

В соответствии с пунктом 25 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» к условиям, влияющим на стоимость кредита, в частности, могут относиться условия о размере процентной ставки, сумме и сроке кредита, платежах и комиссиях по кредитным операциям, а также о дополнительных расходах заемщика, связанных с получением кредита (по страхованию рисков, в том числе жизни, здоровья потенциального заемщика, нотариальному заверению документов, предоставлению обеспечения по кредитному договору, оценке имущества, передаваемого в залог, и др.).

В рассматриваемой рекламе приведена следующая информация об условиях предоставления денежных средств: от 1000 до 500 000 рублей.

Условия программ предоставления займов утверждены в соответствии с правилами предоставления микрозаймов от 01.11.2022. (Приложение № 4).

В соответствии с условием: сумма от 1 000 до 500 000 рублей по займу возможно получить по тарифам:

- тарифная линия «РОНДО»: «РОНДО ОНЛАЙН», «РОНДО ОНЛАЙН ПОСТОЯННЫЙ», «РОНДО ПЕНСИОНЕР», «РОНДО ПЕНСИОНЕР ОНЛАЙН», «РОНДО СОЗАОМ», «РОНДО ЭКСПРЕСС», «РОНДО ЭКСПРЕСС ОНЛАЙН», «микрозайм «Молодой 1/10 35», «микрозайм «Молодой ОНЛАЙН 1/10 35 СМС», «микрозайм «Молодой дублер 1/10 15/165», «Микрозайм «Молодой дублер ОНЛАЙН» 1/10 15/165 СМС», «займы «ХАОМ!» онлайн КЦ 1/15 180», «займы «ХАОМ!» 15/50 180», «микрозайм «Спецпродукт» 1/5 15, микрозайм «Спецпродукт Онлайн»;

- тарифная линия «Антикризисная»: «микрозайм – онлайн 1/15 35, «Рекомендатель 2» 1/15,16, «Заводчанин», «Заводчанин Онлайн», «микрозайм- онлайн» 1/15 35 (пролонгация), «микрозайм – онлайн дублер 1/15 15/165», «микрозайм – онлайн дублер 1/15 30/150», «микрозайм – онлайн пенсионер (пролонгация) 1/15 35», «микрозайм – онлайн дублер пенсионер 1/15 15/165», «микрозайм – онлайн пенсионер 1/15 35», микрозайм – онлайн пенсионер 1/15 30/150», «Пенсионер КЦ пролонгация 1/15 35», «микрозайм – онлайн 1/15 35 «мульти (пролонгация) Пенсионер, микрозайм – онлайн 1/15 35 мульти (пролонгация), «мульти Онлайн КЦ 1/15 35», «мульти Онлайн «Пенсионер КЦ 1/15 35»;

- тарифная линия «Автозаем»: «Автозалог (180)», «Сервис 1/30 165», «Сервис 1/30 150, «Автосервис», «Автозаем без поручителей», «Автозаем с поручителем», «Автосалон с первоначальным взносом», «Автозаем 1», «Автозаем 2», «Автозаем – 2 Поручитель», «Автозаем ИП 01», «Автозаем 3 Поручитель», «Автозаем без первоначального взноса», «Автозалог 1», «Автозалог «Электронный ПТС», «Автозалог «Электронный ПТС 180», «Автосалон с первоначальным взносом», «Автосалон без первоначального взноса», «Автосалон 2», «Автосалон «Созаемщик без первоначального взноса»;

- тарифная линия «Рефинансирование»: Аннуитет «Рефинансирование -1» S 10000/60000/720, «Аннуитет «Рефинансирование -1» S 10000/60000/720 Добор», Аннуитет «Рефинансирование -2» M 10000/60000/720, «Аннуитет «Рефинансирование -2» M 10000/60000/720 Добор», «Аннуитет «Рефинансирование -1» L 10001/300000/1080», «Аннуитет «Рефинансирование – 3» L 100001/300000 1080 Добор», «Рефинансирование XL АВТО» 301000/500000/1080», «Рефинансирование XL АВТО 301000/500000/1080 Добор», «Рефинансирование XL АВТО 101000/300 000/1080», «Рефинансирование XL АВТО 101000/300 000/1080 Добор», «Рефинансирование АВТОЛОМБАРД 50/500000/1080», «Аннуитет «Рефинансирование Карантин – 1» 1000/60000/360», «Аннуитет «Рефинансирование Карантин -2» 61000/100000/360», «Аннуитет «Рефинансирование Карантин -3», «Созаемщик 31», «Созаемщик 62», «Созаемщик 90», «Созаемщик 120», «Созаемщик 150»;

- тарифная линия «СОТРУДНИК»: «Сотрудник», «Сотрудник ОНЛАЙН СМС», «Сотрудник «Приоритет», Аннуитет «Сотрудник -1», Аннуитет «Сотрудник -2», «Автозаем сотрудник», «Автозалог Сотрудник», «Сотрудник VIP».

Основными условиями влияющие на стоимость займа в рамках действия вышеуказанных тарифных линий являются: размер предоставляемого займа, срок предоставления займов, процентная ставка за пользование займов, возраст заемщика, а также условия предоставления.

Указанные условия являются обязательными при предоставлении займов по сумме 1 000 рублей до 500 000 рублей, однако все условия в рекламе не указаны. Указанные условия напрямую влияют на сумму расходов лиц, воспользовавшихся услугами предоставления займов ООО МКК «КАССА № 1», поскольку влияют на сумму выплат по договору займа.

Отсутствие полных условий о предоставлении займов в диапазоне от 1000 рублей до 500 000 рублей вводит потребителей в заблуждение, не позволяет получить полную информацию о предоставлении финансовой услуги, свидетельствует об отсутствии существенной информации.

Кроме того, недомоведение в рекламе информации об условиях предоставления займов, при указании привлекательной для потребителей информации, свидетельствует об отсутствии в ней всей существенной информации.

Иные условия, влияющие на сумму расходов которые получают воспользовавшиеся услугами лица, в рассматриваемой рекламе указаны не были.

Таким образом, в рекламе умалчивается часть существенной информации об условиях оказания финансовой услуги по привлечению денежных средств, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугой лица, что искажает смысл информации о финансовой услуге, и потребители вводятся в заблуждение об условиях ее предоставления.

Таким образом, рассматриваемая реклама нарушает часть 7 статьи 5, пункт 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе, поскольку в рекламе отсутствуют все существенные условия оказания услуги и влияющие на сумму доходов и расходов лица, использующего услугу.

Пунктами 5, 6, 7 статьи 3 Закона о рекламе предусмотрены понятия рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя. Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Реклама размещалась в месте оказания услуг ООО МКК «КАССА № 1» по адресу ул. Строителей, д. 38, направлена на привлечение внимания к ООО МКК «КАССА № 1».

На основании изложенного, Комиссия рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы признает ООО МКК «КАССА № 1».

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства.

Сведения о прекращении распространения рекламы в материалы дела не представлены.

Таким образом, Комиссия Марийского УФАС России считает, что имеются основания для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

Руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «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 следующего содержания: , ,
2. поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 – ФЗ «О рекламе».
2. Выдать ООО МКК «КАССА № 1» обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Марийского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

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

Председатель Комиссии

Члены Комиссии

2022-1234