



АРБИТРАЖНЫЙ СУД ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ

664025, г. Иркутск, бульвар Гагарина, д. 70, тел. (3952)24-12-96; факс (3952) 24-15-99
дополнительное здание суда: ул. Дзержинского, д. 36А, тел. (3952) 261-709; факс: (3952) 261-761
<http://www.irkutsk.arbitr.ru>

Именем Российской Федерации

Р Е Ш Е Н И Е

г. Иркутск

Дело № А19-8794/2015

«22» июля 2015 г.

Резолютивная часть решения объявлена в судебном заседании 22 июля 2014 г.

Полный текст решения изготовлен 22 июля 2014 г.

Арбитражный суд Иркутской области в составе судьи Чемезовой Т.Ю.,
при ведении протокола судебного заседания секретарем судебного заседания Сливаковой О.Е.,
рассмотрев в судебном заседании дело по заявлению Общества с ограниченной
ответственностью «Финанс Центр» (ИНН 3851006929, ОГРН 1123851002021, место
нахождения: 665466, Иркутская область, г. Усолье-Сибирское, пр-т Химиков, д. 13, оф. 37)
к Управлению Федеральной антимонопольной службе по Иркутской области (место
нахождения: 664025, г. Иркутск, ул. Российская, 17)
о признании не законным и отмене решения № 171 от 06.05.2015 и предписания № 81 от
06.05.2015,

от лиц, участвующих в деле:

от заявителя: представитель по доверенности Понтиевский В.В.

от ответчика: представитель по доверенности Хансивирова Е.Н., Митюкова О.В.

установил:

Общество с ограниченной ответственностью «Финанс Центр» (далее по тексту –
заявитель, Общество) обратилось в арбитражный суд с заявлением к Управлению
Федеральной антимонопольной службы по Иркутской области (далее – УФАС по Иркутской
области) о признании незаконным и отмене решения № 171 от 06.05.2015 и предписания № 81
от 06.05.2015.

В порядке ст. 163 АПК РФ в судебном заседании 20.07.2015 объявлялся перерыв до 15 час. 00 мин. 22.07.2015, о чем было сделано публичное извещение, размещенное в сети Интернет на сайте Арбитражного суда Иркутской области.

После перерыва судебное заседание продолжено в том же составе суда при участии представителей сторон.

Представитель заявителя в судебном заседании заявленное требование поддержал по основаниям, изложенным в заявлении и дополнениях к нему.

Представитель УФАС по Иркутской области заявленные требования не признал, поддержав позицию, изложенную в отзыве, при этом сослался на законность и обоснованность принятого решения и вынесенного на его основании предписания.

Судом установлены следующие обстоятельства.

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Иркутской области проведено расследование в связи с распространением в газете «Усольские новости и мировые репортажи» № 40 (1042) от 02.10.2014 г. на стр. 1 рекламы «Центра займов» следующего содержания: «ЦЕНТР ЗАЙМОВ ВСЕ ВИДЫ ЗАЙМОВ ОТКРОЙ ВКЛАД 35% в год ВОЗЬМИ ЗАЙМ под 0 % или ВОЗЬМИ ЗАЙМ ПОД ЗАЛОГ от 5% в месяц И ВЫИГРАЙ АВТОМОБИЛЬ! Нам 2 года! Розыгрыш состоится 14 февраля 2015г. 35-000 8-904-11-35-000».

В связи с тем, что данная реклама содержит признаки нарушения ч. 7 ст. 5, ст. 9, п. 2 ч. 2 и ч. 3 ст. 28 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ, Иркутским УФАС России 28.01.2015г. возбуждено дело № 123 по факту её распространения. К участию в рассмотрении дела привлечены: рекламодатель - ООО «Финанс центр»; рекламораспространитель - ИП Бутаков С. Е.

По результатам проведенного расследования комиссия антимонопольного органа вынесла решение от 06.05.2015 №171, согласно которому была признана ненадлежащей реклама следующего содержания: «ЦЕНТР ЗАЙМОВ ВСЕ ВИДЫ ЗАЙМОВ ОТКРОЙ ВКЛАД 35% в год ВОЗЬМИ ЗАЙМ под 0 % или ВОЗЬМИ ЗАЙМ ПОД ЗАЛОГ от 5% в месяц И ВЫИГРАЙ АВТОМОБИЛЬ! Нам 2 года! Розыгрыш состоится 14 февраля 2015г. 35-000 8-904-11-35-000», распространенную в газете «Усольские новости и мировые репортажи» № 40 (1042) от 02.10.2014 г. на стр. 1 рекламы, поскольку она не соответствует требованиям: ст. 9 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ, в связи с отсутствием в данной рекламе стимулирующего мероприятия: сроков проведения такого мероприятия; источника информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения; ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2 ст. 28 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ, в связи с тем, что данная реклама не содержит существенной для потребителя рекламы информации - иных условий оказания услуг вклада,

влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица; ч. 7 ст. 5, ч. 3 ст. 28 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ, в связи с тем, что в данной рекламе займов отсутствует существенная для потребителя рекламы информация - все остальные условия, определяющие полную стоимость займа для заемщика и влияющие на нее.

На основании указанного решения антимонопольным органом 06 мая 2015 года ООО «Финанс Центр» выдано предписание № 81, согласно которому Обществу предписано в 10 - дневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение ч. 7 ст. 5, ст. 9, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ, а именно прекратить распространение рекламы «Центра займов» в газете «Усольские новости и мировые репортажи»: без указания сроков проведения стимулирующего мероприятия, источника информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения; без указания существенной для потребителя рекламы информации - иных условий оказания услуг вклада, 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); без указания существенной для потребителя рекламы информации - всех остальных условий, определяющих полную стоимость займа для заемщика и влияющих на неё (если реклама содержит хотя бы одно условие, влияющее на стоимость кредита).

Заявитель, полагая, что оспариваемое решение не соответствует закону и нарушает его права и законные интересы, а выданное на его основании предписание незаконно возлагает обязанности и создает препятствия для осуществления предпринимательской и иной экономической деятельности, обратился с настоящим заявлением в суд.

Исследовав материалы дела по существу заявленных требований, заслушав представителей лиц, участвующих в деле, суд считает заявленные требования не подлежащими удовлетворению по следующим основаниям.

В соответствии с частью 1 статьи 198 Арбитражного процессуального кодекса РФ граждане, организации и иные лица вправе обратиться в арбитражный суд с заявлением о признании недействительными ненормативных правовых актов, незаконными решений и действий (бездействия) государственных органов, органов местного самоуправления, иных органов, должностных лиц, если полагают, что оспариваемый ненормативный правовой акт, решение и действие (бездействие) не соответствуют закону или иному нормативному правовому акту и нарушают их права и законные интересы в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности, незаконно возлагают на них какие-либо обязанности,

создают иные препятствия для осуществления предпринимательской и иной экономической деятельности.

Согласно части 4 статьи 200 Арбитражного процессуального кодекса РФ при рассмотрении дел об оспаривании ненормативных правовых актов, решений и действий (бездействия) государственных органов, органов местного самоуправления, иных органов, должностных лиц арбитражный суд в судебном заседании осуществляет проверку оспариваемого акта или его отдельных положений, оспариваемых решений и действий (бездействия) и устанавливает их соответствие закону или иному нормативному правовому акту, устанавливает наличие полномочий у органа или лица, которые приняли оспариваемый акт, решение или совершили оспариваемые действия (бездействие), а также устанавливает, нарушают ли оспариваемый акт, решение и действия (бездействие) права и законные интересы заявителя в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности.

При этом в силу части 5 статьи 200 Арбитражного процессуального кодекса РФ обязанность доказывания соответствия оспариваемого ненормативного правового акта закону или иному нормативному правовому акту, законности принятия оспариваемого решения, совершения оспариваемых действий (бездействия), наличия у органа или лица надлежащих полномочий на принятие оспариваемого акта, решения, совершение оспариваемых действий (бездействия), а также обстоятельств, послуживших основанием для принятия оспариваемого акта, решения, совершения оспариваемых действий (бездействия), возлагается на орган или лицо, которые приняли акт, решение или совершили действия (бездействие).

Следовательно, для признания арбитражным судом недействительными ненормативных правовых актов, незаконными решений и действий (бездействия) органов, осуществляющих публичные полномочия, должностных лиц, необходимо наличие одновременно двух юридически значимых обстоятельств: несоответствие их закону или иным нормативным правовым актам и нарушение оспариваемыми действиями (бездействием) прав и законных интересов заявителя в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности.

В соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 30.06.2004 № 331 служба является уполномоченным федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по принятию нормативных правовых актов и контролю за соблюдением антимонопольного законодательства, в том числе в сфере рекламы.

Федеральная антимонопольная служба осуществляет свою деятельность непосредственно и через свои территориальные органы во взаимодействии с другими федеральными органами исполнительной власти, органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления, общественными объединениями и иными организациями.

Федеральная антимонопольная служба и ее территориальные органы возбуждает и рассматривает дела о нарушениях антимонопольного законодательства и законодательства о рекламе (пункт 5.3.10 Положения).

ООО «Финанс Центр» зарегистрировано в качестве юридического лица 27.08.2012г. за основным государственным регистрационным номером 1123851002021, что подтверждается выпиской из Единого государственного реестра юридических лиц. 27.12.2012г. ООО «Финанс Центр» выдано свидетельство о внесении сведений в государственный реестр микрофинансовых организаций № 0003051.

При осуществлении предпринимательской деятельности ООО «Финанс Центр» использует наименование «Центр займов» и осуществляет деятельность по предоставлению микрозаймов (микрофинансированию), что также не оспаривалось заявителем в ходе судебного разбирательства.

Из материалов дела следует и судом установлено, что 01 января 2014 года между ООО «Финанс Центр» (Заказчик) и ИП Бутаковым С.Е. (Исполнитель), являющимся в соответствии со свидетельством серия ПИ № 13 - 0330 от 28.06.2002г. учредителем газеты «Усольские новости и мировые репортажи», заключен договор по размещению информационных материалов, рекламных блоков Заказчика в газете «Усольские новости и мировые репортажи».

Согласно п. 5, 7, 8 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ "О рекламе" рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств; потребители рекламы - лица, на привлечение внимания которых к объекту рекламирования направлена реклама.

Таким образом, с учетом вышеуказанных норм права ООО «Финанс Центр» является рекламодателем в соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона о рекламе.

В ходе административного расследования антимонопольным органом было установлено, что в газете «Усольские новости и мировые репортажи» № 40 (1042) от 02.10.2014 г. на стр. 1 распространена реклама «Центра займов» следующего содержания: «ЦЕНТР ЗАЙМОВ ВСЕ ВИДЫ ЗАЙМОВ ОТКРОЙ ВКЛАД 35% в год ВОЗЬМИ ЗАЙМ под 0 % или ВОЗЬМИ ЗАЙМ ПОД ЗАЛОГ от 5% в месяц И ВЫЙГРАЙ АВТОМОБИЛЬ! Нам 2 года! Розыгрыш состоится 14 февраля 2015г. 35-000 8-904-11-35-000».

По мнению антимонопольного органа, указанная реклама не соответствует положениям части 7 статьи 5, статье 9, п.п. 2.3 части 2 статьи 28 Закона о рекламе.

Отношения в сфере рекламы независимо от места ее производства, если распространение рекламы осуществляется на территории Российской Федерации, регулируются Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ "О рекламе" (далее - Закон о рекламе, Закон № 38-ФЗ).

В соответствии с положениями статей 33 и 36 Закона о рекламе антимонопольный орган в пределах своих полномочий по собственной инициативе, представлению прокурора, обращениям органов государственной власти или органов местного самоуправления, а также по заявлениям физических или юридических лиц возбуждает и рассматривает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, принимает по результатам рассмотрения таких дел решения и выдает предписания, предусмотренные Федеральным законом.

В статье 3 Закона о рекламе предусмотрено, что реклама - 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; 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; ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Согласно статье 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются (часть 1).

В соответствии с пунктом 2 части 3 статьи 5 Закона о 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.

Частью 7 статьи 5 Закона о рекламе 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 вводится в заблуждение потребитель рекламы.

Из содержания текста указанной рекламы следует, что она адресована неопределенному кругу лиц, направлена на продвижение услуг по предоставлению денежных

займов и привлечение клиентов, то есть, соответствует всем критериям, установленным статьей 3 Закона № 38-ФЗ.

При этом наличие в объявлении информации о призе - «автомобиль» позволяет сделать вывод о том, что в объявлении идет речь о стимулирующем мероприятии для приобретателей услуги денежного займа. Следовательно, при размещении такой рекламы должны соблюдаться требования статьи 9 Закона "О рекламе".

В соответствии со статьей 9 Закона о рекламе в рекламе, сообщающей о проведении конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара, должны быть указаны: 1) сроки проведения такого мероприятия; 2) источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

В пункте 27 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 08.10.2012 г. № 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" разъяснено, что в силу статьи 9 Закона о рекламе в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующего мероприятия, должны быть указаны сроки проведения данного мероприятия, а также источник информации об организаторе мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей, сроках, месте и порядке их получения.

Высший Арбитражный Суд Российской Федерации также указал, что судам надлежит учитывать, что названные нормы обязывают рекламодателя сообщать не саму информацию об организаторе стимулирующего мероприятия и так далее, а источник этой информации (например, адрес интернет-сайта, номер телефона, по которому можно получить информацию).

Исходя из диспозиции статьи 9 Закона о рекламе, реклама стимулирующего мероприятия должна сообщать об источнике каждого из данных условий и правил путем прямого указания на информацию, сообщаемую данным источником. То есть, потребитель рекламы должен быть уведомлен о конкретной информации, которую он может получить, обратившись к названному источнику.

В нарушение требований, предусмотренных названной нормой права, указанная реклама не содержала существенных условий проведения стимулирующего мероприятия - не были указаны сроки проведения мероприятия, поскольку из текста рекламы невозможно установить начало акции; не указан источник информации об организаторе стимулирующего мероприятия (адрес интернет-сайта, номер телефона, по которому можно получить информацию); не указано количество призов (согласно Положению о проведении акции предусматривалась также выплата дополнительных призов); не указаны сроки, место и порядок получения призов, в связи с чем потребитель вводится в заблуждение в отношении предлагаемой услуги.

Таким образом, ООО «Финанс Центр» как рекламодаделец, не довело до сведения потребителей рекламы необходимую информацию о стимулирующем мероприятии, что ввело в заблуждение потребителей рекламы, в связи с чем реклама была правомерно признана Иркутским УФАС ненадлежащей и не соответствующей требованиям части 7 статьи 5 и статьи 9 ФЗ "О рекламе".

Кроме того, Иркутским УФАС установлено, что рассматриваемая реклама не соответствует требованиям ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ по следующим основаниям.

Как указывалось выше, в силу части 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.

При этом реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг 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 (пункт 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе).

В случае если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита, использованием им и погашением кредита, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее (часть 3 статьи 28 Закона о рекламе).

В соответствии со статьей 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ "О защите конкуренции" финансовая услуга - 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; под финансовой организацией понимают 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).

Следовательно, деятельность по выдаче микрозаймов является финансовой услугой, оказываемой микрофинансовой организацией, на рекламирование которой распространяется действие пункта 2 части 2 и части 3 статьи 28 Закона о рекламе.

В рассматриваемой рекламе содержится информация о вкладах и займах. При этом указаны условия их предоставления, в частности: размер процентной ставки по договору вклада - 35 % в год; размер процентной ставки по договору займа - 0%; размер минимальной процентной ставки при заключении договора займа с залогом - 5% в месяц.

Так, распространенная реклама финансовой услуги по предоставлению денежных займов направлена на формирование у потребителей желания ею воспользоваться, поэтому существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

Между тем, отсутствие в рекламе какой-либо существенной части информации о предоставляемом займе приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой услугой по выдаче займов.

Как разъяснено в пункте 25 постановления Пленума Высшего арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" в соответствии с частью 3 статьи 28 Закона о рекламе, если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита, пользованием им и погашением кредита, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, эта реклама должна содержать все остальные условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее, поскольку указание неполных сведений об условиях предоставления кредита может привести к искажению сути рекламируемой банковской услуги и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение ею воспользоваться.

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.).

Вместе с тем рекламодатель не обязан указывать конкретный размер дополнительных расходов, которые понесет заемщик, воспользовавшись рекламируемой банковской услугой. Достаточно перечисления таких расходов.

Однако, как установлено Иркутским УФАС, в рассматриваемой рекламе «Центра займов» указан размер процентной ставки по вкладам - 35 % в год. При этом в рекламе отсутствуют иные условия оказания данной услуги, влияющие на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица.

В ходе проведенного анализа Правил о порядке и условиях предоставления ООО МФО «Финанс Центр» микрозаймов физическим лицам (далее - Правила) и текста рассматриваемой рекламы, антимонопольный орган установил следующее.

В соответствии с Правилами о порядке и условиях предоставления ООО МФО «Финанс Центр» микрозаймов физическим лицам, данная микрофинансовая организация предоставляет следующие виды микрозаймов: займ «До зарплаты»; займ «До пенсии»; займ «Семейный»; займ «Под залог»; займ «Под 0%».

В тексте рассматриваемой рекламы содержится информация о следующих займах: займ «Под залог», минимальная процентная ставка за пользование которым составляет 5 % в месяц; «Займ под 0%», процентная ставка за пользование которым составляет 0 %.

В Правилах указано, что «Займ под 0 %» предоставляется клиенту по ставке 0 % за пользование займом на следующих условиях: минимальная сумма займа составляет 3000 рублей, максимальная сумма займа - 5000 рублей; валюта займа - российский рубль; минимальный срок" предоставления займа - 3 дня; максимальный срок предоставления займа - 5 дней. Кроме того, согласно Правилам, займ «Под залог» предоставляется на следующих условиях: минимальная сумма займа - 10 000 руб.; максимальная сумма займа - 1 000 000 руб.; валюта займа - российский рубль; минимальный срок займа - 1 месяц; максимальный срок займа - 12 месяцев; минимальная процентная ставка за пользование микрозаймом составляет - 5 % в месяц, 60 % в год; максимальная процентная ставка - 20 % в месяц, 240 % в год.

Таким образом, сопоставив условия Правил и текст рекламы, антимонопольный орган пришел к выводу, что в рассматриваемой рекламе указаны наиболее привлекательные для потребителей рекламы условия предоставления займа «Под 0 %» и займа «Под залог», влияющие на стоимость данных займов для потребителей, а именно размер процентной ставки 0 % по займу «Под 0 %» и размер минимальной процентной ставки по займу «Под залог» - 5 % в месяц. Также в данной рекламе указано наиболее привлекательное условие вклада, влияющее на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугой лица, а именно размер процентной ставки - 35 % в год.

Поскольку рассматриваемая реклама направлена на формирование у потребителей желания воспользоваться займом, вкладом, то существенной является не только информация,

привлекательная для потребителей, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей рекламы.

Вместе с тем, в рассматриваемой рекламе отсутствует менее привлекательная, но существенная для потребителя рекламы информация: обо всех остальных условиях предоставления «Займа под 0 %», займа «Под залог», определяющих их полную стоимость для заемщика и влияющих на неё; обо всех остальных условиях предоставления услуг вклада, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугой лица или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица.

В частности, в рекламе указан размер процентной ставки - 0 %, однако отсутствует информация о том, что займ по данной процентной ставке предоставляется только на срок от 3 до 5 дней; сумма займа составляет от 3000 руб. до 5000 руб.

Также в рекламе отсутствует информация о том, что займ «Под залог», минимальная процентная ставка за пользование которым составляет 5 % в месяц, предоставляется на срок от 1 до 12 месяцев, сумма займа может составлять от 10 000 руб. до 1 000 000 руб.

Наряду с прочим, в рекламе отсутствует информация о сроке вклада, сумме вклада, возможности и условиях дополнительного взноса, периодичности выплаты процентов.

Учитывая вышеизложенное, суд пришел к выводу, что вся вышеуказанная информация, недоступная потребителю в спорной рекламе, существенным образом изменяет доступную информацию о предоставлении финансовой услуги – займ, приводит к искажению действительного смысла рекламы о предоставляемом займе и могло ввести в заблуждение потребителей, имевших намерение воспользоваться рекламируемым займом, исходя только из анализа доступной информации.

С учетом изложенного суд, оценив представленные антимонопольным органом доказательства в их совокупности и взаимосвязи, пришел к выводу о том, что рассматриваемая реклама не отвечает требованиям ч. 7 ст. 5, п.2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ.

В ходе рассмотрения дела о нарушении законодательства о рекламе антимонопольным органом также установлено, что рекламодателем указанной рекламы являлось ООО «Финанс Центр».

Общество, обращаясь с настоящим заявлением в суд, указало, что не является рекламодателем спорной рекламы, поскольку она была опубликована без его ведома по инициативе маркетолога Общества – Глуховой М.Н., которая в последующем была уволена.

Судом рассмотрены доводы Общества об отсутствии вины в распространении ненадлежащей рекламы, однако они опровергаются представленными в материалы дела доказательствами.

Так, согласно п.1.1 договора о размещении информационных материалов от 01 января 2014 года, заключенного между ООО «Финанс Центр» (Заказчик) и ИП Бутаковым С.Е. (Исполнитель), заказчик поручает, а исполнитель принимает на себя обязательства по опубликованию информационных материалов, рекламных блоков, предоставленных ООО «Финанс Центр», в газете «Усольские новости и мировые репортажи».

В деле также имеются подписанная генеральным директором общества Овчаренко С.В. заявка на размещение рекламы в данном номере названной газеты в период с 01 по 31 октября 2014г., а также макет рекламы.

Выставленный ИП Бутаковым С.Е. на оплату счет № 520 от 27.10.2014г. за размещение информационных услуг в газете в октябре, 5 выходов, блок 14*7 на сумму 12495 руб. был оплачен ООО «Финанс Центр» в полном объеме, что подтверждается платёжным поручением № 183 от 12.11.2014г.

В соответствии с актом от 30.10.2014 № 776 услуги по размещению информационных блоков в газете «Усольские новости и мировые репортажи» за октябрь выполнены полностью и в срок, заказчик претензий по объему, качеству и срокам оказания услуг не имеет. На акте проставлена печать ООО «Финанс Центр», имеется подпись директора Общества.

Суд также принимает во внимание представленные Иркутским УФАС в ходе судебного разбирательства выпуски газеты «Усольские новости и мировые репортажи» за октябрь 2014, согласно которым текст спорной рекламы размещался в выпусках газеты неоднократно, в том числе 02.10.2014, 09.10.2014, 16.10.2014, 23.10.2014, 30.10.2014.

При этом суд считает необходимым отметить, что вина работника Общества не опровергает вины самого юридического лица в нарушении законодательства о рекламе, поскольку в обязанности общества входит обеспечение должного контроля за соблюдением работниками своих должностных обязанностей.

Кроме того, в процессе исполнения своих должностных обязанностей работники общества вступают в отношения с иными хозяйствующими субъектами от имени и в интересах общества, а следовательно, все позитивные и негативные последствия от деятельности работников, совершенной в рамках их должностных обязанностей возлагаются на юридическое лицо.

Таким образом, ненадлежащее исполнение трудовых обязанностей работником ООО «Финанс Центр» свидетельствует о несоблюдении обществом требований Федерального закона "О рекламе" от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ, так как все действия маркетолога Глуховой М.Н. производились от имени и в интересах юридического лица. Доказательств иного в материалах дела не имеется.

Суд, полагает, что Общество имело реальную возможность обеспечить соблюдение законодательства о рекламе при размещении информационного материала в газете «Усольские новости и мировые репортажи», но не приняло к тому разумных и адекватных мер, не проявило должную степень заботливости и осмотрительности, не организовало должный контроль при размещении рекламного объявления.

Доказательств о том, что у общества отсутствовала возможность соблюдения законодательства о рекламе суду не представлено, равно как доказательств опровергающих выводы антимонопольного органа.

Учитывая фактические обстоятельства, суд находит правомерными выводы антимонопольного органа о том, что ООО «Финанс Центр», является рекламодателем спорного рекламного сообщения, т.е. есть лицом, ответственным за нарушение законодательства о рекламе, и Иркутское УФАС правильно квалифицировало действия Общества как нарушающие положения части 7 статьи 5, части 1 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г. № 38-ФЗ, рекламодатель несет ответственность за нарушение требований установленных ч. 7. ст. 5, ст. 9, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 данного Федерального закона.

Предписание антимонопольного органа вынесено обществу правомерно, в пределах предоставленных ему полномочий, направлено на устранение нарушений ч. 7. ст. 5, ст. 9, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе, установленного оспариваемым решением.

Согласно части 3 статьи 201 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации в случае, если арбитражный суд установит, что оспариваемый ненормативный правовой акт, решения и действия (бездействия) государственных органов, органов местного самоуправления, иных органов, должностных лиц соответствуют закону или иному нормативному правовому акту и не нарушают права и законные интересы заявителя, суд принимает решение об отказе в удовлетворении заявленного требования.

В связи с изложенным, оценив исследованные доказательства, с учетом всех установленных по делу обстоятельств в их совокупности и взаимной связи, суд не усматривает каких-либо нарушений действующего законодательства при принятии оспариваемого решения, а также нарушения прав и законных интересов заявителя в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности в связи с чем, оснований для отмены решения Управления Федеральной антимонопольной службы по Иркутской области № 171 от 06.05.2015 и выданного на его основании предписания № 81 от 06.05.2015 у суда не имеется.

При таких обстоятельствах, требования ООО «Финанс Центр» удовлетворению не подлежат.

В соответствии со статьей 110 АПК РФ расходы по оплате госпошлины относятся на заявителя, которая была уплачена им при обращении с настоящим заявлением в суд.

На основании изложенного, руководствуясь статьями 167-170, 201 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации,

решил:

В удовлетворении заявленных требований отказать.

Решение может быть обжаловано в Четвертый арбитражный апелляционный суд в течение месяца со дня его принятия.

Судья

Т.Ю. Чемезова