

РЕШЕНИЕ

по делу № 004/05/28-364/2023

20.09.2023г.
Алтайск

г. Горно-

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

Председатель комиссии:

<...> – руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Алтай;

Члены комиссии:

<...> – начальник отдела антимонопольного контроля и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Алтай;

<...> – ведущий специалист-эксперт отдела антимонопольного контроля и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Алтай,

рассмотрев дело № 004/05/28-364/2023, возбужденное в отношении ООО МКК «М» (ИНН <...>, ОГРН <...>, Кемеровская область, г. Кемерово ...) по факту распространения рекламы с признаками нарушения пункта 2 части 3 и части 7 статьи 5, пункта 2 части 2, части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в присутствии: представителя заявителя Отделения - НБ по Республике Алтай Сибирского ГУ Банка России по доверенности <...>,

- лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе - генерального директора ООО МКК «М» <...> и представителя по доверенности <...>.

УСТАНОВИЛА:

В адрес управления Федеральной антимонопольной службы по

Республике Алтай поступили материалы отделения – Национального Банка по Республике Алтай Сибирского главного управления (вх. № 3205-ЭП/23 от 27.07.2023г.) по факту распространения на территории г. Горно-Алтайска, пр. Коммунистический, д. 57/1 рекламы виде наклеек на окне офиса ООО МКК «М» следующего содержания:

- «**Деньги под 0,2%**», напечатанное крупным белым шрифтом;
- **текст с условиями займов, предоставляемых ООО МКК «М», выполнен мелким белым шрифтом. Указаны несколько видов займов, в том числе заем по ставке 0,2% в день, на срок до 36 месяцев, в сумме от 50 000 до 500 000 рублей, под обеспечение движимого и недвижимого имущества;**
- **текст «Оформи онлайн», напечатанный крупным белым шрифтом;**
- **контактный телефон ООО МКК «М» и QR-код, с помощью которого можно перейти на сайт организации».**

В связи с тем, что указанная реклама содержит признаки нарушения требований нарушения пункта 2 части 3 и части 7 статьи 5, части 1, пункта 2 части 2, части 3 статьи 28 Закона о рекламе, определением Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Алтай от 25.08.2023г. возбуждено дело № 004/05/28-364/2023 в отношении ООО МКК «М» и назначено к рассмотрению на 20.09.2023г.

В ходе рассмотрения дела Комиссия установила следующее.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) под рекламой понимается 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 (пункт 2 статьи 3 Закона о рекламе).

Товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (пункт 3 статьи 3 Закона о рекламе).

Из определения понятия «реклама» следует, что для признания

информации рекламой она должна одновременно выполнять несколько условий, а именно: - быть распространенной любым способом, в любой форме; - быть адресованной неопределенному кругу лиц; - быть направленной на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В данной норме 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.

Соответственно, распространение такой неперсонифицированной информации о лице, товаре, услуге должно признаваться распространением среди неопределенного круга лиц, поскольку заранее невозможно определить всех лиц, для которых такая информация будет доведена.

Реклама должна формировать или поддерживать интерес к объектам рекламирования. Чтобы информация могла считаться рекламой, она должна целенаправленно представить вниманию потребителей объект рекламы. Признаком рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, формировании к нему положительного отношения и закреплении его образа в памяти потребителя. Под рекламой следует понимать сведения, распространяемые исключительно для формирования и поддержания интереса к юридическому или физическому лицу, его товарам, идеям и начинаниям. Реклама призвана способствовать реализации товаров, идей и начинаний. Реклама должна влиять на мотивацию потребителя при выборе товара и побуждать его совершить определенные действия в отношении объекта рекламирования, вступить в конкретные правоотношения купли-продажи по поводу рекламируемой продукции. Такая способность является отличительной чертой рекламы.

Так, потребителями информации:

- «Деньги под 0,2%», напечатанное крупным белым шрифтом;

- текст с условиями займов, предоставляемых ООО МКК «М», выполнен мелким белым шрифтом. Указаны несколько видов займов, в том числе заем по ставке 0,2% в день, на срок до 36 месяцев, в сумме от 50 000 до 500 000 рублей, под обеспечение движимого и недвижимого имущества;

- текст «Оформи онлайн», напечатанный крупным белым шрифтом;
- контактный телефон ООО МКК «М» и QR-код, с помощью которого можно перейти на сайт организации» являются лица, на привлечение внимания которых к объекту рекламирования направлена реклама (пункт 8 статьи 3 Закона о рекламе).

Рассматриваемая информация:

- публично распространена в городе Горно-Алтайске;
- предназначена для неопределенного круга лиц;
- направлена на привлечение внимания и поддержание интереса к объекту рекламирования - займу, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке финансовых услуг.

Таким образом, данная информация соответствует всем квалифицирующим признакам рекламы, определенным статьей 3 Закона о рекламе.

Закон о рекламе предъявляет общие требования к рекламе: «Реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются» (часть 1 статьи 5 Закона о рекламе).

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.

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.

Вместе с тем, из пояснений ООО МКК «М» следует, что Общество предоставляет займы под залог недвижимого имущества под 0,2% в день в диапазоне ставок от 36% до 96% годовых на срок от 1 до 60 месяцев в сумме от 100 000 рублей до 500 000 рублей.

Согласно 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.

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 (пункт 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе).

Если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, пользованием им и погашением кредита или займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее (часть 3 статьи 28 Закона о рекламе).

Из информации содержащейся в абзаце втором пункта 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (далее – постановление №58) 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.

Согласно разъяснениям, содержащимся в абзаце третьем пункта 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), 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 (часть 7 статьи 5 Закона о рекламе).

Исходя из понятия рекламы, она предназначается для распространения среди неопределенного круга лиц, в связи с чем вся информация, включая обязательные к указанию сведения, должна быть доступна для потребителей при ознакомлении с рекламой без специальных усилий и применения специальных средств.

В случае, когда условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, отсутствие которой способно обмануть их ожидания, сформированные рекламой финансовой услуги, формально присутствовали в рекламе, однако форма представления сведений такова, что данная информация не может быть воспринята потребителями, следует признать, что данные сведения не были доведены для определенного круга лиц надлежащим образом, в связи с чем потребитель фактически не получил предусмотренную законом информацию и вводится в заблуждение относительно предлагаемой финансовой услуги.

Формальное присутствие в рекламе обозначенных условий, напечатанных мелким нечитаемым шрифтом, не позволяет потребителю воспринимать данные сведения и не может рассматриваться как их наличие, поскольку реклама данной финансовой услуги является наружной, направлена на импульсивное восприятие информации потребителями и содержит информацию, в которой выделено наиболее привлекательное условие «Деньги под 0,2%».

Размещение привлекательной для потребителя информации крупным шрифтом, менее привлекательной информации – способом, затрудняющим ее восприятие, свидетельствует о недобросовестности рекламы. Несмотря на формальное наличие в рекламе информации об условиях финансовой услуги, лице, предоставляющем финансовые услуги, форма предоставления данных сведений такова, что они не воспринимаются потребителями и фактически в рекламе отсутствуют, так как размер шрифта мелкий, а фон, на котором размещен текст, пестрый.

Рассматриваемая реклама имеют яркий, продуманный и качественно изготовленный графический дизайн. Текст, изображенный крупным шрифтом, направлен на создание у адресатов рекламы устойчивого представления о выгоде получения займа (в рекламе крупным шрифтом размещен текст: «ДЕНЬГИ под 0,2%»).

Вся привлекательная для потребителя информация: «ДЕНЬГИ под 0,2%» отображается огромным шрифтом. Именно эти сведения «бросаются в глаза» потребителю и являются читаемыми с дальнего расстояния. Реклама размещена виде наклеек на окне офиса на главной улице г.

Горно-Алтайска (пр. Коммунистический д. 57/1) с плотным трафиком движения. Реклама доступна для прочтения как пешеходам, так и проезжающим водителям.

При этом, читаемым является исключительно текст, содержащий «заманчивые» для потребителя условия. В то же время текст, содержащий иную обязательную для ознакомления потребителя информацию, отображен мелким, нечитаемым шрифтом.

Звездочка рядом с текстом «ДЕНЬГИ под 0,2%» также изображена трудноразличимо, мелким шрифтом, особенно трудноуловимым на фоне крупных букв.

Между тем, информация, нанесенная мелким шрифтом, содержит важные сведения, существенные для потребителя, которые специально предусмотрены законом, чтобы заставить потребителя задуматься и оценить риски, связанные с получением финансовой услуги.

Не исключается использование в рекламе скрытых психологических приемов внушения, путем использования крупного шрифта, попав под воздействия, которых, потребители указанной рекламы будут полагать, что получить займ под 0,2% можно без особых условий, не учитывая при этом, что финансовая услуга содержит в себе множество условий, кроме того, она всегда связана с финансовыми рисками.

Следовательно, информация обязательная к указанию в рекламе финансовых услуг о полных условиях предоставления займа напечатана нечитаемым, мелким шрифтом, текст внизу объявления: **«текст с условиями займов, предоставляемых ООО МКК «М», выполнен мелким белым шрифтом. Указаны несколько видов займов, в том числе заем по ставке 0,2% в день, на срок до 36 месяцев, в сумме от 50 000 до 500 000 рублей, под обеспечение движимого и недвижимого имущества»** является недостоверной и трудновоспринимаемым, не поддающимся к прочтению.

В данном случае при оценке текста размещенной рекламы действующему законодательству Комиссия УФАС России приходит к выводу о том, что в спорной рекламе приводятся недостоверные сведения о предоставлении займов, что может вызвать неверные представления у потребителей относительно объекта рекламирования и негативно повлиять на выбор товаров того или иного производителя или продавца товара.

Таким образом, Комиссией УФАС по РА установлено, что информация, содержащая существенные условия оказания финансовых услуг, сроках проведения акции, размерах процентной ставки в рассматриваемой рекламе фактически отсутствует (выполнена нечитаемым мелким шрифтом).

Следовательно, данная реклама финансовых услуг, расположенная по адресу: г. Горно-Алтайск, пр. Коммунистический д. 57/1, является ненадлежащей, так как не соответствует требованиям пункта 2 части 3 и части 7 статьи 5, пункта 2 части 2, части 3 статьи 28 Закона о рекламе.

В соответствии с пояснениями (вх. № 3567-ЭП/23 от 18.08.2023г.) ООО МКК «М» на окне офиса была размещена реклама следующего содержания: **«Деньги под 0,2%» текст с условиями займов выполнен мелким шрифтом, указаны несколько видов займов, в том числе заем по ставке 0,2% в день, на срок до 36 месяцев, в сумме от 50 000 до 500 000 рублей, под обеспечение движимого и недвижимого имущества». Также были указаны контактный телефон ООО МКК «М» и QR-код, с помощью которого можно перейти на сайт организации, текст «Оформи онлайн».** Между официальными документами организации и рекламой, размещённой на окне офиса, есть некоторые неточности. В настоящий момент реклама демонтирована, а также было принято решение о закрытии данного офиса.

Ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 2 части 3 статьи 5, частью 7 статьи 5, пунктом 2 части 2, частью 3 статьи 28 Закона о рекламе, несет рекламоделец (часть 6 статьи 38 Закона о рекламе).

Рекламоделец - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (пункт 5 статьи 3 Закона о рекламе).

Из текста условий предоставления финансовой услуги следует, что займы предоставляются ООО МКК «М» (ИНН <...>, ОГРН <...>, регистрационный номер в реестре ЦБ РФ № <...>).

Проанализировав материалы дела, письменные и устные пояснения лиц, участвующих в деле, их представителей, Комиссия УФАС по РА приходит к выводу, что в действиях ООО МКК «М» (ИНН <...>, ОГРН <...>, Кемеровская область, г. Кемерово, ...) содержатся нарушения пункта 2 части 3 и части 7 статьи 5, пункта 2 части 2, части 3 статьи 28 Закона о рекламе.

Согласно пункту 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утверждены постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922 (далее – Правила), при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении

нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пускай и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

В силу пункта 54 Правил при добровольном устранении лицом (лицами) совершенного нарушения антимонопольный орган вправе не выдавать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. В этом случае основания нецелесообразности выдачи предписания излагаются в мотивировочной части решения по делу.

Комиссией УФАС по РА принято решение предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ООО МКК «М» не выдавать, так как Обществом представлены письменные пояснения (вх. № 3567-ЭП/23 от 18.08.2023г.), о том, что указанная реклама на окне демонтирована (фотография в подтверждение приложена).

Согласно части 6 статьи 14.3 КоАП РФ распространение кредитной организацией рекламы услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, пользованием им и погашением кредита или займа, содержащей хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, без указания всех остальных условий, определяющих полную стоимость кредита (займа) для заемщика и влияющих на нее, - влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двадцати тысяч до пятидесяти тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до восьмисот тысяч рублей.

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 пп. 42 - 47, п. 54 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу (наклейки на окне офиса ООО МКК «М», расположенного по адресу: г. Горно-Алтайск, пр. Коммунистический, д. 57/1):

- «Деньги под 0,2%», напечатанное крупным белым шрифтом;
- текст с условиями займов, предоставляемых ООО МКК «М», выполнен мелким белым шрифтом. Указаны несколько видов займов, в том числе заем по ставке 0,2% в день, на срок до 36 месяцев, в сумме от 50 000 до 500 000 рублей, под обеспечение движимого и недвижимого имущества;
- текст «Оформи онлайн», напечатанный крупным белым шрифтом;
- контактный телефон ООО МКК «М» и QR-код, с помощью которого можно перейти на сайт организации»,

т.к. она не соответствует пункту 2 части 3 и части 7 статьи 5, пункту 2 части 2, части 3 статьи 28 Закона о рекламе.

2. В соответствии с пунктом 54 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не выдавать.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу УФАС по РА для возбуждения административного производства, предусмотренного частью 6 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 20 сентября 2023г. В соответствии с частью 1 статьи 37 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» настоящее решение может быть обжаловано в Арбитражном суде Республики Алтай в течение трех месяцев со дня его вынесения, в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель комиссии

Члены комиссии