Р Е Ш Е Н И Е

по делу №014/05/28-05/2019 по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе

г. Якутск резолютивная часть оглашена 29 января 2019 г.

изготовлено в полном объеме 31 января 2019 г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Саха (Якутия) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

<...>

при участии лица, в чьих действиях содержатся признаки нарушения законодательства РФ о рекламе:

- Общество с ограниченной ответственностью микрокредитная компания «Альянс-СК», 677000, г. Якутск, ул. < >, местонахождение: 677000, г. Якутск, ул. Пионерская, 30, зарегистрированное в качестве юридического лица за основным государственным регистрационным номером 11114350009476, ИНН/КПП 1435245047/145501001, явилась представитель по доверенности от 23.01.2019 г. Т.;

Рассмотрев дело №014/05/28-05/2019, возбужденное определением от 15.01.2019 г. по факту распространения рекламы финансовых услуг ООО МКК «Альянс-СК», с использованием рекламной конструкции типа штендер, установленной по адресу: г. Якутск, ул. Пионерская, 30 с признаками нарушения требований части 7 статьи 5, пункта 2 части 2, части 3 статьи 28 Федерального закона от 13 марта 2006 № 38-ФЗ «О рекламе», по существу

у с т а н о в и л а:

«14» января 2019 г. Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Саха (Якутия) в рамках осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе на территории г. Якутска по адресу ул. Пионерская, 30 отслежено распространение рекламы финансовых услуг, предоставляемых ООО МКК «Альянс-СК», с использованием рекламной конструкции типа уличный рекламный штендер, размещенной возле здания «Торгового центра «Новинка» с признаками нарушения требований части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 и части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Определением от 15.01.2019 г. возбуждено производство по делу №014/05/28-05/2019 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, лицом, в чьих действиях содержатся признаки нарушения законодательства РФ о рекламе, признано – Общество с ограниченной ответственностью микрокредитная компания «Альянс-СК».

В ходе рассмотрения дела представитель ООО МКК «Альянс-СК» по доверенности

Т. сообщила, что реклама была изготовлена еще в феврале 2018 г., распространяется по адресу: г. Якутск, ул. Пионерская, 30 с марта 2018 г., Общество не полагало, что мелкий шрифт будет не виден, сообщила, что объектом рекламы являются услуги по выдаче займа для новых клиентов. По условиям договора новым клиентом Обществом предоставляется займ на сумму от 1000 до 7000 рублей на семь дней на беспроцентной основе, в случае просрочки возврата, процентная ставка насчитывается в размере 1, 5 % за день пользования займом. Пояснила, что рекламируемая «Акция «Займ на доверии» - новым клиентам бесплатно», действует с 2018 г. бессрочно.

На вопрос, какие еще виды займа выдаются по указанным в рекламе условиям: «Деньги на любые нужды», Т. сообщила, что Общество выдает займы для пенсионеров сроком от 5 до 30 дней, процентная ставка 1% сумма от 1000 рублей, также выдает займы от 2000 до 20000 рублей, на срок от 5 до 16 дней, ставка 1, 5 % в день.

Т. сообщила, что Общество признает нарушение, обязуется в последующем не нарушать закон о рекламе, распространение рекламы прекращено.

Заслушав объяснения лица, участвующего в деле, изучив имеющиеся в материалах дела документы, Комиссия пришла к следующим выводам.

В рекламе ООО МКК «Альянс» крупным шрифтом указана следующая информация: Быстро Займы Деньги на любые нужды от 1000 рублей паспорт и любой документ за 10 минут 0% займ на доверии Новым клиентам бесплатно ТЦ Новинка тел. 705-015 Пионерская, 30. *При этом на нижнем крае* рекламного поля мелким нечитабельным шрифтом размещена информация, которая не воспринимается на значительном расстоянии, запорошена снегом.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона «О рекламе» рекламой признается информация, распространяемая 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 продвижению на рынке.

Согласно пункту 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» 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.

В статье 3 Федерального закона «О рекламе» под товаром как объектом рекламирования понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

При таких обстоятельствах, рассматриваемая информация признается рекламой, распространяемой любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованной неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, а именно к услугам по предоставлению займов, формирует и поддерживает интерес к ним и их продвижению на рынке.

Объектом рекламирования выступают финансовые услуги, а именно услуги по предоставлению займов от 1000 до 20 000 рублей, при этом процентная ставка, срок займа, по выдаваемым займам, указаны мелким нечитабельным со значительного расстояния шрифтом, нижняя часть штендера находится в снегу, что не позволяет воспринять всю информацию, размещенную на нижнем крае рекламного поля.

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.

Объектом рекламирования выступают финансовые услуги, а именно услуги по привлечению личных сбережений в ООО МКК «Альянс».

При таких обстоятельствах, рассматриваемая информация признается рекламой, распространяемой любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, а именно к финансовым услугам ООО МКК «Альянс-СК» по выдаче займов для различных категорий заемщиков, в том числе и новых клиентов, реклама формирует и поддерживает интерес к ним, способствует их продвижению на рынке.

В силу пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального 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.

В соответствии со статьей 4 Федерального закона от 26.07.2006 N 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.

Согласно позиции ФАС России, изложенной в письме ФАС России от 13.08.2010 N АК/26483 «Об усилении контроля за рекламой финансовых услуг» в рекламе финансовых услуг существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

Согласно правовой позиции, выраженной Высшим арбитражным судом РФ в постановлении Пленума от 8 октября 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.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона «О рекламе» рекламой признается информация, распространяемая 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 продвижению на рынке.

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.

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 рассматриваемой рекламе отсутствует часть существенных условий, влияющих на сумму расходов заемщика, а именно срок, максимальная сумма займа, процентная ставка на займы, что противоречит требованиям пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Общие требования к рекламе установлены в статье 5 Федерального закона «О рекламе», в которой определено, что реклама должна быть достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с частью 7 статьи 5 Федерального 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.

Согласно статье 3 Федерального закона «О рекламе» потребителями рекламы считаются лица, на привлечение внимания которых к объекту рекламирования направлена реклама (неопределенный круг лиц).

Отсутствие в рекламе какой-либо существенной части информации о рекламируемом продукте приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми финансовыми услугами.

В соответствии с позицией ФАС России, изложенной в письме ФАС России от 13.08.2010 N АК/26483 «Об усилении контроля за рекламой финансовых услуг» размещение привлекательной для потребителя информации крупным шрифтом, а менее привлекательной информации – способом, затрудняющим ее восприятие (с

учетом размера рекламной конструкции и шрифта текста рекламы, а также его месторасположения), свидетельствует о недобросовестности такой рекламы.

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 такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

То обстоятельство, что нормами Федерального закона «О рекламе» не установлен размер шрифта текста, место размещения с учетом скорости движения транспортных средств и его восприятия участниками дорожного движения, в котором должна быть приведена обязательная в силу закона информация, не свидетельствует о том, что размер шрифта, форма и способ его передачи может быть любым, поскольку, как следует из положений статьи 5 Федерального закона «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной и не должна вводить в заблуждение.

В рассматриваемой рекламе отсутствие существенных условий предоставления финансовых услуг, а именно услуг по привлечению личных сбережений, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми финансовыми услугами, что противоречит требованиям части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Антимонопольный орган считает, что та информация, которая обязательна к указанию в силу закона о рекламе в рекламе финансовых услуг, должна быть доступна для потребителей при ознакомлении с рекламой без специальных усилий и применения специальных средств в избранном рекламодателем способе.

Согласно статье 3 Федерального закона «О рекламе» потребителями рекламы считаются лица, на привлечение внимания которых к объекту рекламирования направлена реклама (неопределенный круг лиц).

В рассматриваемой рекламе отсутствие иных существенных условий предоставления займа, влияющих на сумму расходов, которые понесут воспользовавшиеся услугами лица, существенных условий, влияющих на полную стоимость займа, как процентная ставка, минимальные и максимальные сроки действия договора и возврата займа (кредита), приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми финансовыми услугами, что противоречит требованиям части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 и части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Согласно пункту 2 части 1 статьи 2 Федерального закона от 02.07.2010 N 151-ФЗ «О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях»

микрофинансовая организация - это юридическое лицо, которое осуществляет микрофинансовую деятельность и сведения, о котором внесены в государственный реестр микрофинансовых организаций в порядке, предусмотренном настоящим Федеральным законом. Микрофинансовые организации могут осуществлять свою деятельность в виде микрофинансовой компании или микрокредитной компании.

Согласно статье 3 Федерального закона от 21.12.2013 N 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» потребительский кредит (заем) - денежные средства, предоставленные кредитором заемщику на основании кредитного договора, договора займа, в том числе с использованием электронных средств платежа, в целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности (далее - договор потребительского кредита (займа), в том числе с лимитом кредитования.

Согласно части 4 статьи 5 Федерального закона от 21.11.2013 г. № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» кредитором в местах оказания услуг (местах приема заявлений о предоставлении потребительского кредита (займа), в том числе в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет") должна размещаться следующая информация об условиях предоставления, использования и возврата потребительского кредита (займа), в том числе:

- суммы потребительского кредита (займа) и сроки его возврата;

- процентные ставки в процентах годовых, а при применении переменных процентных ставок - порядок их определения, соответствующий требованиям настоящего Федерального закона;

- виды и суммы иных платежей заемщика по договору потребительского кредита (займа).

Материалами дела установлено, что ООО МКК «Альянс-СК» имеет свидетельство Центрального Банка Российской Федерации о внесении сведений о юридическом лице в государственный реестр микрофинансовых организаций, согласно данным сведениям, Общество внесено в государственный реестр микрофинансовых организаций под №651403698005908 от 30.10.2014 г.

Согласно Выписке ЕГРЮЛ ООО МКК «Альянс-СК» основным видом экономической деятельности является «Деятельность по предоставлению прочих финансовых услуг, кроме услуг по страхованию и пенсионному обеспечению» (код по ОКВЭД 64.99).

Следовательно, ООО МКК «Альянс-СК» является финансовой организацией, оказывающей финансовые услуги, а именно выдача микрозаймов.

Таким образом, рассматриваемая реклама является рекламой финансовых услуг, и должна отвечать требованиям, предъявляемым к рекламе финансовых услуг Федеральным законом «О рекламе».

В силу пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального 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.

В рассматриваемой рекламе финансовых услуг указано условие, влияющее на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугой лица, такие как: сумма займа от 1000 рублей, соответственно в рекламе должны быть указаны остальные существенные условия, влияющие на сумму расходов, которые понесут заемщики, как процентная ставка по займу, а также иные условия, если их включение в договор займа может повлиять на сумму денежных средств, которую заемщик должен выплатить кредитору по условиям данного договора.

Таким образом, материалами дела установлено, что в рассматриваемой рекламе умалчивается об иных условиях оказания финансовых услуг, влияющих на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, таких как: процентная ставка по займам, а также срок займа, что противоречит требованиям пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Вместе с те, то обстоятельство, что нормами Федерального закона «О рекламе» не установлен размер шрифта не свидетельствует о том, что он может быть любым. Основным условием размещения рекламы является предоставление добросовестной и достоверной информации. Данная реклама не должна вводить потребителя в заблуждение относительно условий предоставления и пользования данной кредитной программой поскольку, как следует из положений статьи 5 Федерального закона «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной.

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.

Способ (дизайн), шрифт и площадь (нижний части рекламного поля), размещения иной существенной информации, а также место установки рекламных конструкций, а также соотносимость размера, цвета шрифта с фоном рекламного поля, зрительное акцентирование внимания на сумме займа от 1000 рублей, изображенной крупными красным шрифтом, занесение снегом текста, делает мелкий текст с иными существенными условиями, практически недоступным для восприятия на значительном расстоянии. Данное обстоятельство не позволяет прочесть (воспринять) в полном объеме информацию, указанную в рекламе мелким шрифтом потребителям.

Таким образом, согласно правовой позиции, выраженной Высшим арбитражным судом РФ в постановлении Пленума от 8 октября 2012 г. № 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 (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.

Таким образом, при указании в рассматриваемой рекламе одного из условий, влияющих на стоимость займа, а именно максимальной суммы займа, умалчиваются иные существенные условия, определяющие полную стоимость займа, что недопустимо в силу части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Таким образом, материалами дела установлено, что реклама «», распространяемая ООО МКК «Альянс-СК» на территории г. Якутска с использованием рекламной конструкции типа «штендера» по адресу: г. Якутск, ул. Пионерская, 30 с марта 2018 г. по настоящее время является ненадлежащей, противоречащей требованиям части 7 статьи 5, пункта 2 части 2, части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Согласно статье 3 Федерального закона «О рекламе» ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В силу части 4 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Частью 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях установлена административная ответственность за нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем, рекламораспространителем законодательства о рекламе.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств; рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

В силу части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований пункта 4 части 3, части 7 статьи 5, статьи 28 названного Федерального закона несет рекламодатель.

Материалами дела установлено, что ООО МКК «Альянс-СК» является изготовителем и продавцом товара, а именно лицом, определившим объект рекламирования и предоставляющим финансовые услуги.

В материалах дела не представлены доказательства прекращения распространения ненадлежащей рекламы финансовых услуг, предоставляемых ООО МКК «Альянс-СК». При таких обстоятельствах, возникает необходимость выдать рекламодателю и рекламораспространителю – ООО МКК «Альянс-СК» обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

Руководствуясь частью 7 статьи 5, пунктом 2 частью 2, частью 3 стать 28, статьями

33, 36 Федерального закона «О рекламе», и в соответствии с пунктов 37 - 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе, Комиссия

р е ш и л а:

1. Признать рекламу финансовых услуг ООО МКК «Альянс-СК», установленной у Торгового центра «Новинка» с использованием рекламной конструкции, установленной на территории г. Якутска, по адресу: ул. Пионерская, 30 ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, пункта 2 части 2, части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе»,
2. Выдать ООО МКК «Альянс-СК» предписание о прекращении распространения ненадлежащей рекламы с использованием рекламной конструкций типа «рекламный штендер» на территории г. Якутска.
3. Материалы настоящего дела передать уполномоченному лицу для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении

Решение может быть обжаловано в судебном порядке в течение трех месяцев со дня вынесения.