

ул. Дровяная, д. 6, литер А,  
пом. 1-Н, пом. 60, раб. место 1,  
г. Санкт-Петербург, 190103

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о наложении штрафа по делу № 053/04/14.3-142/2022

об административном правонарушении

Резолютивная часть оглашена 31.03.2022

В полном объеме изготовлено 05.04.2022  
Новгород

Великий

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Новгородской области ..... , рассмотрев протокол и материалы дела № 053/04/14.3-142/2022 от 18.03.2022 об административном правонарушении, возбужденного в отношении Общества с ограниченной ответственностью Микрокредитная компания «ФИНТЕРИКА» (ИНН: 7839127177; 190103, г. Санкт-Петербург, ул. Дровяная, д. 6, литер А, пом. 1-н, пом. 60, раб. место 1; далее – ООО МКК «ФИНТЕРИКА») в связи с обнаружением в его действиях нарушений частей 1, 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» при распространении на рекламной конструкции (щите-билборде), расположенной на уличной территории, прилегающей к д. 55, стр. 1 по ул. Нехинская в Великом Новгороде (пресечение ул. Нехинской и пр. Мира) рекламы финансовой услуги по предоставлению займа, и иных достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП),

## УСТАНОВИЛ:

26.11.2021 должностными лицами Новгородского УФАС России на основании подпунктов «б», «г» пункта 2 Положения о государственном надзоре в области рекламы, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 20.12.2012 № 1346, было проведено мероприятие по контролю за соблюдением обязательных требований Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) на территории Великого Новгорода. Мероприятие по контролю осуществлялось с применением фотоаппарата Canon PowerShot A530 (цветной).

По результатам проведения мероприятия по контролю составлен Акт фиксации факта распространения наружной рекламы от 26.11.2021 и установлено следующее.

На рекламной конструкции (щите-билборде), расположенной на уличной территории, прилегающей к д. 55, стр. 1 по ул. Нехинская в Великом Новгороде (пресечение ул. Нехинской и пр. Мира), размещена реклама финансовой услуги по предоставлению займа следующего содержания: «АВТОЗАЙМ. Займ до 500.000 рублей. Автомобиль остается у Вас, ПТС у нас. 8 800 770 79 91. 8 (8162) 27 00 37. [www.autozaim.org](http://www.autozaim.org). Остановка ул. Мира/ул. Нехинская».

Указанная реклама содержит одно условие оказания соответствующей услуги, исполненное крупным шрифтом, а именно максимальная сумма займа – 500 000 рублей. Помимо данного условия в рекламе содержится информация, исполненная мелким шрифтом, которая содержит сведения об остальных условиях предоставления услуги, и о лице, оказывающем услугу:

«Общество с ограниченной ответственностью Микрокредитная компания «ФИНТЕРИКА» ... Сумма займа от 1 000 до 30 000 рублей (для необеспеченных займов), предельное значение полной стоимости потребительского займа составит 365 % годовых, и от 30 000 до 500 000 рублей (для обеспеченных займов), предельное значение полной стоимости потребительского займа составит 88,081 % годовых. Полная стоимость займа устанавливается с учетом иных условий договора, влияющих на ее величину, в соответствии с ограничениями Банка России. Исполнение денежных обязательств производится единовременным платежом, иные существенные условия сделки согласуются в индивидуальных условиях договора. Срок возврата займов – до 30 дней, включая день предоставления займа для необеспеченных займов, и до 60 дней по обеспеченным займам ... Займы выдаются как без обеспечения, так и под залог имущественных прав на транспортное средство, принадлежащее заемщику ... Индивидуальные условия предоставления займа зависят от личности заемщика и его материального положения и определяются индивидуально в отношении каждого заемщика в отдельности, исходя из указанных диапазонов. Общие

условия предоставления займов размещены на веб-сайте Общества <https://mkk-finterika.ru>».

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе реклама – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Согласно части 1 статьи 28 Закона о рекламе реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги или осуществляющего данную деятельность (для юридического лица – наименование, для индивидуального предпринимателя – фамилию, имя и (если имеется) отчество).

В соответствии с частью 3 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.

Согласно части 1 статьи 6 Федерального закона от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» полная стоимость потребительского кредита (займа) определяется как в процентах годовых, так и в денежном выражении и рассчитывается в порядке, установленном настоящим Федеральным законом.

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.).

Используемый в рекламе шрифт своим размером должен обеспечивать нормальное восприятие потребителем всего содержания преподносимой информации, без дополнительно предпринимаемых усилий по распознаванию и уяснению какой-либо ее части.

Несоразмерность шрифта не должна вести к потере читаемости

существенных условий предоставления финансовой услуги, что в свою очередь создает условия для введения потребителей в заблуждение.

При этом в рекламе финансовых услуг существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителя такой рекламой.

В данном случае условия предоставления финансовой услуги (займа), являющиеся существенной информацией для потребителя, способной обмануть его ожидания, сформированные рекламой, определяющие и влияющие на полную стоимость займа (процентная ставка, сумма и срок займа в зависимости от предоставления его обеспечения), а также наименование лица, оказывающего такую услугу, представлены мелким, нераспознаваемым шрифтом, нечитаемым на значительном расстоянии.

Размещение привлекательной для потребителя информации крупным шрифтом (в данном случае максимальная сумма займа), а прочих существенных условий оказания финансовой услуги способом, затрудняющим ее восприятие (с учетом размера рекламы и шрифта текста рекламы, а также местоположения рекламоносителя), свидетельствует о ее недобросовестности.

В данном случае принципиальное значение имеет избранный способ распространения рекламы путем ее размещения на значительной высоте от уровня земли на рекламной конструкции (щите-билборде), расположенной на искусственном дорожном сооружении на пересечении ул. Нехинской и пр. Мира в Великом Новгороде. Свободный доступ к данной рекламной конструкции с целью ознакомления со всеми условиями оказания рекламируемой услуги, указанными мелким шрифтом, невозможен, поскольку возможность подхода непосредственно к щиту-билборду отсутствует. Причем ближайшие доступные для потребителей точки на местности, с которых можно воспринимать информацию, размещенную на щите-билборде (пешеходный переход по ул. Нехинская; автобусная остановка пр. Мира/ул. Нехинской), находятся на расстоянии нескольких десятков метров от рекламной конструкции, что делает распознавание и уяснение условий оказания рекламируемой услуги, указанных мелким шрифтом, практически невозможным.

Учитывая все изложенное, в размещенной на рекламной конструкции (щите-билборде), расположенной на уличной территории, прилегающей к д. 55, стр. 1 по ул. Нехинская в Великом Новгороде (пресечение ул. Нехинской и пр. Мира), рекламе финансовой услуги по предоставлению займа: «АВТОЗАЙМ. Займ до 500.000 рублей. Автомобиль остается у Вас, ПТС у нас» содержатся нарушения пунктов 1, 3 статьи 28 Закона о рекламе, выразившиеся в умалчивании (указании в неподдающейся восприятию форме) в рекламе по предоставлению займа, содержащей одно условие, влияющее на его стоимость, всех остальных условий, определяющих полную стоимость

кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее, а также в отсутствие (указания в неподдающейся восприятию форме) в рекламе финансовой услуги наименования лица, оказывающего эту услугу.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей. Ненадлежащая реклама не допускается.

Ответственность за нарушение законодательства о рекламе в данной части несет рекламодатель (часть 6 статьи 38 Закона о рекламе).

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона о рекламе рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Из информации, представленной рекламодателем рассматриваемой рекламы – индивидуальным предпринимателем ..... следует, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО МКК «ФИНТЕРИКА».

Между ИП ..... и ООО МКК «ФИНТЕРИКА» заключен Договор № 70 от 01.07.2021 на предоставление рекламных конструкций для размещения рекламных изображений в Великом Новгороде, в рамках которого и осуществлялось размещение рассматриваемой рекламы (далее – Договор).

Согласно пункту 1.1 Договора Заказчик (ООО МКК «ФИНТЕРИКА») поручает, а Исполнитель (ИП ..... ) принимает на себя выполнение комплекса работ и услуг по предоставлению Конструкций-Рекламоносителей для размещения рекламных изображений (плакатов и банеров) Заказчика, а также печати рекламных изображений Заказчика с макета Заказчика.

Пунктом 2.3.4 Договора установлена обязанность Заказчика обеспечить соответствие рекламной информации законодательству РФ.

Макет рекламного изображения предоставлен ИП ..... ООО МКК «ФИНТЕРИКА» по электронной почте.

Согласно Приложению № 1 к Договору оплата размещения рассматриваемой рекламы на вышеуказанном щите-билборде на территории Великого Новгорода должна была быть произведена ООО МКК «ФИНТЕРИКА» не позднее 30.06.2022. Период размещения рекламы с 01.07.2021 по 31.07.2022.

Высота опоры рекламного щита размером 3 на 6 метров, расположенного по пр. Мира/ул. Нехинская в Великом Новгороде, на котором размещается рассматриваемая реклама, не превышает 4,5 метров от уровня земли.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП нарушение рекламодателем

законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 – 4 настоящей статьи, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, влечет наложение административного штрафа на юридическое лицо в размере от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

О месте и времени рассмотрения дела ООО МКК «ФИНТЕРИКА» было надлежащим образом уведомлено. На рассмотрении дела присутствовал представитель (защитник) ООО МКК «ФИНТЕРИКА» .....

Из письменных объяснений ООО МКК «ФИНТЕРИКА» по настоящему делу (вх. № 1901 от 31.03.2022 Новгородского УФАС России) и устных пояснений его представителя следует, что ООО МКК «ФИНТЕРИКА» считает, что нарушений действующего законодательства при распространении рассматриваемой рекламы допущено не было, события административного правонарушения в его действия не имеется.

В законодательстве не установлено требований к минимальному или рекомендованному размеру шрифта текста в рекламе, не установлен порядок читаемости текста.

После установки рекламы на щите-билборде сотрудник ООО МКК «ФИНТЕРИКА» привел оценку ее читаемости и пришел к выводу о ее достаточной читаемости с позиции пешехода.

ООО МКК «ФИНТЕРИКА» действовало добросовестно, не предвидело наступления вредных последствий при размещении рекламы.

В качестве смягчающих ответственность обстоятельств ООО МКК «ФИНТЕРИКА» просит учесть добровольное прекращение распространения спорной рекламы, оказание содействия в рассмотрении дела.

Исследовав материалы дела об административном правонарушении, оценив приведённые доводы, уполномоченное должностное лицо, рассматривающее дело, приходит к следующим выводам.

Рассматриваемая реклама была направлена на привлечение внимания потенциальных клиентов ООО МКК «ФИНТЕРИКА» к услуге по предоставлению потребительских займов, на продвижение на рынке финансовой деятельности ООО МКК «ФИНТЕРИКА» и увеличение числа его заемщиков. С этой целью в рекламе было указано наиболее привлекательное условие предоставления рекламируемой услуги: максимальная сумма займа – 500 000 рублей.

Однако в рекламе финансовых услуг существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламы. Отсутствие каких-либо сведений об условиях оказания соответствующих услуг может привести к искажению смысла рекламы и ввести в заблуждение

потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми финансовыми услугами.

При этом отсутствие в законодательстве о рекламе четкого указания на размер шрифта рекламных надписей не свидетельствует о том, что размер шрифта может быть любым, поскольку это противоречит положениям статьи 5 Закона о рекламе.

Материалами дела, в частности фотографиями, приложенными к Акту фиксации факта распространения наружной рекламы от 26.11.2021, подтверждается, что условия предоставления финансовой услуги, кроме максимальной суммы займа, представлены в рассматриваемой рекламе мелким, нераспознаваемым шрифтом, нечитаемым на значительном расстоянии.

При этом условие о сумме займа в рекламе распознается отчетливо, в отличие от условий указанных мелким шрифтом.

Таким же мелким, нечитаемым на значительном расстоянии шрифтом в рекламе указано наименование займодавца – ООО МКК «ФИНТЕРИКА», что фактически приводит к невозможности уяснения для потребителей, кем именно оказываются рекламируемые финансовые услуги.

Вышеизложенные выводы подтверждаются и сложившейся судебной практикой по аналогичным делам, в частности постановлением Четырнадцатого арбитражного апелляционного суда от 13.11.2013 по делу № А44-2872/2013.

В соответствии с частью 1 статьи 2.1 КоАП административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое КоАП или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

В соответствии с частью 2 статьи 2.1 КоАП юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых настоящим Кодексом предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

По смыслу этой нормы права юридическое лицо как коллективный субъект располагает соответствующими этому статусу возможностями и способно предпринять иные (более весомые) меры, нежели физическое или должностное лицо, в целях соблюдения требований публичного порядка.

ООО МКК «ФИНТЕРИКА» самостоятельно приняло решение о размещении данной рекламы на местности таким способом, который, с учетом ее

содержания и, соотношения, указанных в ней сведений, исполненных шрифтами разных размеров, не обеспечивает восприятие существенных условий соответствующей услуги и создает угрозу введения в заблуждение потребителей относительно доступности и привлекательности рекламируемого финансового продукта.

Учитывая изложенное, собранные по делу доказательства и установленные обстоятельства свидетельствуют о том, что нарушения частей 1, 3 статьи 28 Закона о рекламе при распространении вышеуказанной рекламы содержатся в действиях лица, определившего ее содержание, то есть рекламодателя данной ненадлежащей рекламы – ООО МКК «ФИНТЕРИКА».

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП нарушение рекламодателем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 – 4 настоящей статьи, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, влечет наложение административного штрафа на юридическое лицо в размере от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Действующее законодательство Российской Федерации, в том числе и Закон о рекламе, является общедоступной, а не закрытой информацией. Поэтому ООО МКК «ФИНТЕРИКА» имело возможность и должно было изучить действующее законодательство, проявить должное отношение к осуществлению деятельности рекламодателя, предвидеть и не допустить установленные нарушения законодательства о рекламе.

Анализ материалов дела позволяет сделать вывод о том, что у ООО МКК «ФИНТЕРИКА» имелась возможность для соблюдения частей 1, 3 статьи 28 Закона о рекламе и недопущения распространения ненадлежащей рекламы. При этом объективных обстоятельств, делавших невозможным выполнение ООО МКК «ФИНТЕРИКА» требований Закона о рекламе, не установлено.

Таким образом, установленные нарушения законодательства о рекламе при распространении рассматриваемой рекламы совершены по вине ее рекламодателя – ООО МКК «ФИНТЕРИКА». Следовательно, в его действиях имеется состав административного правонарушения, ответственность за совершение которого предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП.

**Место и время совершения административного правонарушения** – Великий Новгород, 26 ноября 2021 года.

Обстоятельства, смягчающие административную ответственность, предусмотренные пунктами 2, 4 части 1 статьи 4.2 КоАП – добровольное прекращение противоправного поведения лицом, совершившим административное правонарушение; оказание лицом, совершившим административное правонарушение, содействия органу, уполномоченному осуществлять производство по делу об административном правонарушении, в установлении обстоятельств, подлежащих установлению по делу об

административном правонарушении.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, предусмотренных статьей 4.3 КоАП, не установлено.

Применение положений части 2 статьи 3.4 и части 1 статьи 4.1.1 КоАП о замене за впервые совершенное административное правонарушение субъекту малого предпринимательства административного штрафа на предупреждение в данном случае невозможно, поскольку ООО МКК «ФИНТЕРИКА» ранее уже привлекалось к административной ответственности за нарушение законодательства о рекламе (Постановление Орловского УФАС России от 24.12.2021 № 165 о назначении административного наказания в виде предупреждения по делу 057/04/14.3-815/2021 об административном правонарушении).

При назначении административного наказания учтены фактические обстоятельства дела, наличие смягчающих и отсутствие отягчающих ответственность обстоятельств, предусмотренных статьями 4.2 и 4.3 КоАП, финансовое положение юридического лица.

Допущенных при производстве по делу об административном правонарушении нарушений процессуальных требований, установленных КоАП, последствием которых явилось необеспечение лицу, в отношении которого возбуждено рассматриваемое дело, предусмотренных КоАП гарантий, не установлено.

Все процессуальные права лица, в отношении которого ведётся производство по делу об административном правонарушении, предусмотренные КоАП, соблюдены.

Руководствуясь частью 1 статьи 4.5, частью 1 статьи 14.3, статьями 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

#### ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать в действиях рекламодача – Общества с ограниченной ответственностью Микрокредитная компания «ФИНТЕРИКА» (ИНН: 7839127177; 190103, г. Санкт-Петербург, ул. Дровяная, д. 6, литер А, пом. 1-н, пом. 60, раб. место 1) при распространении на рекламной конструкции (щите-билборде), расположенной на уличной территории, прилегающей к д. 55, стр. 1 по ул. Нехинская в Великом Новгороде (пресечение ул. Нехинской и пр. Мира) рекламы финансовой услуги по предоставлению займа, административное правонарушение, выразившееся в нарушении им законодательства о рекламе (частей 1, 3 статьи 28 Закона о рекламе ФЗ «О рекламе»), ответственность за совершение которого предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных

правонарушениях.

2. Наложить на Общество с ограниченной ответственностью Микрокредитная компания «ФИНТЕРИКА» административный штраф за совершенное правонарушение в размере 100 000 (сто тысяч) рублей.

3. Сумму штрафа Обществу с ограниченной ответственностью Микрокредитная компания «ФИНТЕРИКА» надлежит перечислить в бюджет:

Заместитель руководителя Управления

В соответствии с частью 1 статьи 32.2 КоАП административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьёй 31.5 КоАП.

В соответствии с частью 5 статьи 32.2 КоАП при отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, по истечении срока, указанного в части 1 настоящей статьи, судья, орган, должностное лицо, вынесшие постановление, направляют в течение трех суток постановление о наложении административного штрафа с отметкой о его неуплате судебному приставу-исполнителю для исполнения в порядке, предусмотренном федеральным законодательством. Кроме того, должностное лицо федерального органа исполнительной власти, структурного подразделения или территориального органа, иного государственного органа, рассмотревших дело об административном правонарушении, либо уполномоченное лицо коллегиального органа, рассмотревшего дело об административном правонарушении, составляет протокол об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 20.25 настоящего Кодекса, в отношении лица, не уплатившего административный штраф.

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного штрафа.

В соответствии с пунктом 3 части 1 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП

постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу либо в судебном порядке по месту рассмотрения дела в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 31.1 КоАП постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.