

Заказное с уведомлением о вручении

Руководителю

ООО МФО «Лига денег»

124460, г.Зеленоград, проезд 4801-й, д.7, стр.1

302026, г.Орел, ул.Комсомольская, д.66, оф.305

info@ligadeneg.ru

ИП <...>

РЕШЕНИЕ

по делу № 379-15/04 РЗ

Резолютивная часть решения оглашена 14 декабря 2015 г.

Решение в полном объеме изготовлено 24 декабря 2015 г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Орловской области (далее - Орловское УФАС России, Управление) по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии – Кирьянов А.Н., заместитель руководителя управления;

Члены Комиссии – Губчевская М.В., ведущий специалист – эксперт;

- Силаев А.В., специалист 1 разряда

рассмотрев дело №379-15/04 РЗ, возбужденное по признакам нарушения

части 7 статьи 5, части 1 статьи 28, пункта 2 части 2 статьи 28, части 3 статьи 28 Федерального Закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе») по факту распространения рекламы финансовых услуг «Лига денег»,

в присутствии:

-доверенного представителя ООО МФО «Лига денег» <...> (доверенность №92/2 от 21.10.2015г.);

в отсутствие:

- надлежащим образом уведомленного о времени и месте рассмотрения дела ИП <...> и/или его доверенного представителя,

УСТАНОВИЛА:

В соответствии с частью 1 статьи 33 Закона «О рекламе» антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный надзор за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе: предупреждает, выявляет и пресекает нарушения физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе.

Управлением в результате проводимого должностными лицами антимонопольного органа наблюдения за соблюдением обязательных требований Закона «О рекламе» хозяйствующими субъектами и индивидуальными предпринимателями, осуществляющими свою деятельность в сфере размещения наружной рекламы на территории г. Орла, был выявлен факт распространения наружной рекламы, а именно:

На пересечении ул.Комсомольская и ул. Автовокзальная в г.Орле, приблизительно в 15 -20 метрах от проезжей части с интенсивным дорожным движением, на ограждении автостоянки была расположена рекламная конструкция в виде горизонтального рекламного баннера, на котором размещалась информация следующего содержания:

Графическая и тестовая составляющие рекламы:

На рекламном полотне слева был изображен аквариум с рыбкой и расположена надпись «**Прозрачные займы**».

Справа располагалась информация: «**Лига денег. Все к лучшему. Займы от 10 000 до 50 000 рублей на 52 недели. Не верите? Позвоните!8 800 234 67 67. Ligadeneg.ru**».

Вся указанная информация была выполнена крупным, хорошо читаемым шрифтом.

В левой части рекламного полотна, занимающей приблизительно 15% площади **вертикально** была расположена следующая информация, **выполненная мелким, плохо читаемым шрифтом** «ООО МФО «Лига денег». Свидетельство Банка России о внесении сведений о юридическом лице в государственный реестр микрофинансовых организаций №651403045005162 от 20.05.2014 Процентная ставка от 154 до 233% годовых. Только для граждан РФ в возрасте от 18 до 75 лет. Займы свыше 30 000 рублей предоставляются при повторном обращении. Не является публичной офертой».

(далее – реклама «Лига денег»).

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона «О рекламе» **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 продвижения на рынке.

Из данной нормы Закона «О рекламе» следует, что квалифицирующими признаками рекламы являются:

1.1. распространяется любым способом, в любой форме и любыми средствами: информация «Лига денег» распространялась на рекламной конструкции в виде рекламного баннера, расположенного по адресу: г.Орел, на пересечении ул.Комсомольская и ул. Автовокзальная, на ограждении автостоянки.

1.2. адресуется неопределенному кругу лиц

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.

1.3. направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование и поддержание интереса к нему и его продвижения на рынке.

В статье 3 Закона «О рекламе» приведены понятия:

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.

Данная информация обращала внимание и поддерживала интерес потребителей к финансовой услуге –предоставлению займов населению от 10 000 до 50 000 рублей на срок до 52 недель и лицу, данную услугу оказывающему – ООО МФО «Лига денег».

Таким образом, информация о финансовых услугах по предоставлению займов населению, оказываемых ООО МФО «Лига денег», отвечала всем квалифицирующим признакам рекламы, т.е. являлась рекламой.

Указанная рекламная конструкция с информацией была расположена в 15-20 метрах от проезжей части с интенсивным дорожным движением. Неопределенным кругом лиц, на который воздействовала данная реклама, являлись **не столько пешеходы, а в основном водители, и пассажиры автотранспортных средств (ввиду отсутствия тротуара для пешеходов в месте расположения указанной конструкции).**

В рекламе «Лига денег» содержалась как информация, выполненная крупным шрифтом, так и информация, напечатанная **мелким шрифтом**. Она располагалась **вертикально** в левой части рекламного полотна и ее прочтение возможно было только при непосредственном к ней приближении на близкое расстояние.

В соответствии с **частью 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 рекламе «Лига денег» сообщалось о предоставлении займов населению, что представляет собой финансовую услугу.

При этом в указанной рекламе в качестве наименования лица, оказывающего данные услуги была представлена надпись **Лига денег** выполненная крупным, хорошо читаемым шрифтом.

В соответствии с ч.1 ст.1473 ГК РФ юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, выступает в гражданском обороте под своим фирменным наименованием, которое определяется в его учредительных документах и включается в Единый государственный реестр юридических лиц при государственной регистрации юридического лица.

Фирменное наименование юридического лица должно содержать указание на его организационно-правовую форму и собственно наименование юридического лица, которое не может состоять только из слов, обозначающих род деятельности.

Надпись **Лига денег** на рекламном полотне, выполненная крупным, хорошо читаемым шрифтом, не является фирменным наименованием юридического лица, так как не содержит указание на его организационно-правовую форму.

Согласно Выписки из государственного реестра юридических лиц, (согласно

сведений с сайта ФНС России) **полное наименование юридического лица – Общество с ограниченной ответственностью микрофинансовая организация «Лига денег», сокращенное наименование – ООО МФО «Лига денег».**

Данная информация присутствовала в рекламе, но была выполнена мелким шрифтом и расположена вертикально, что затрудняла ее прочтение.

Несмотря на то, что в рекламе «Лига денег» формально присутствовали сведения о наименовании юридического лица, а именно: ООО МФО «Лига денег» данные сведения следует **считать фактически отсутствующими**, в связи со сложностью их прочтения из-за формы и месторасположения рекламы.

Таким образом, наличие на рекламном баннере информации Лига денег, напечатанной крупным шрифтом, и ООО МФО «Лига денег», напечатанной мелким шрифтом, возможно считать отсутствием информации о наименовании юридического лица.

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

В рекламе «Лига денег» присутствовали следующие условия оказания финансовых услуг населению - **Займы от 10 000 до 50 000 рублей на 52 недели**, выполненные крупным, хорошо читаемым шрифтом.

Кроме того, в рекламе «Лига денег» формально присутствовали иные условия предоставления займов-процентная ставка от 154 до 233% годовых. Только для граждан РФ в возрасте от 18 до 75 лет. Займы свыше 30 000 рублей предоставляются при повторном обращении. Однако, данные сведения следует считать фактически отсутствующими, в связи с месторасположением рекламы, формой и размером шрифта на ней.

В соответствии с **частью 3 статьи 28** Закона «О рекламе» *если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, использованием 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.*

В рекламе «Лига денег» присутствовали следующие условия, влияющие на стоимость займа- **Займы от 10 000 до 50 000 рублей на 52 недели**, выполненные

крупным, хорошо читаемым шрифтом.

Кроме того, в рекламе «Лига денег» **формально** присутствовали **иные условия, определяющие полную стоимость займа-процентная ставка от 154 до 233% годовых. Займы свыше 30 000 рублей предоставляются при повторном обращении.** Однако, данные сведения следует считать фактически отсутствующими, в связи с месторасположением рекламы, формой и размером шрифта на ней.

Кроме того, **частью 7 статьи 5** Закона «О рекламе» определено, 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 вносятся в заблуждение потребители рекламы.

Формальное присутствие в рекламе наименования юридического лица, оказывающего финансовые услуги и условий предоставления займов, определяющих его стоимость, не позволяли потребителям воспринимать указанную рекламную информацию должным образом и в полном объеме.

Любой шрифт в рекламном тексте своим размером должен обеспечить нормальное восприятие потребителем всего содержания рекламной надписи, без дополнительно предпринимаемых усилий по разглядыванию какой-либо ее части.

В рекламе «Лига денег» содержалась как информация, выполненная крупным шрифтом, так и информация, напечатанная мелким шрифтом. **Она располагалась вертикально в левой части рекламной конструкции и могла быть прочитана при непосредственном к ней приближении на близкое расстояние.**

Таким образом, в рекламе «Лига денег» содержались признаки нарушений **части 7 статьи 5, части 1 статьи 28, пункта 2 части 2 статьи 28, части 3 статьи 28 Закона «О рекламе»**, так как совокупность таких особенностей вышеуказанной рекламы, как: месторасположение рекламной конструкции около проезжей части дороги, ограниченное время считывания рекламной информации, размер и форма шрифта, которым были указаны условия предоставления займов и наименования юридического лица, **лишали возможности потребителей получить полный текст рекламы, делая доступным только часть текста, выполненную крупным, хорошо заметным шрифтом, что могло ввести потребителей в заблуждение относительно оказываемой услуги и лица, ее предоставляющей.**

В соответствии со статьей 38 Закона «О рекламе»:

- ответственность за нарушение части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28, части 3 статьи 28 Закона «О рекламе» несет рекламодатель и рекламопроизводитель.

- ответственность за нарушение части 1 статьи 28, Закона «О рекламе» несет рекламодатель, рекламораспространитель и рекламопроизводитель.

16.09.2015г. ФАС России наделила Орловское УФАС России полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела в отношении ООО МФО «Лига денег» (124460, г.Зеленоград, проезд 4801-й, д.7, стр.1; ИНН 7702836198; ОГРН1147746399129) (вх. №8701 от 05.10.2015г.).

08.10.2015 года Управлением было возбуждено дело №379-15/04РЗ по факту распространения рекламы финансовых услуг «Лига денег», содержащей признаки нарушения части 7 статьи 5, части 1 статьи 28, пункта 2 части 2 статьи 28, части 3 статьи 28 Закона «О рекламе».

Определением о возбуждении производства по делу №379-15/04РЗ (исх. №3862/04 от 08.10.2015) у ООО МФО «Лига денег» была запрошена необходимая информация, документы и сведения для полного и всестороннего рассмотрения дела.

Рассмотрение дела №379-15/04РЗ по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе было назначено на 28.10.2015г.

26.10.2015г. в адрес Орловского УФАС России от ООО МФО «Лига денег» поступили запрашиваемые документы и сведения (вх.№5308 от 26.10.2015г).

В письменных пояснениях Общества было указано, что ООО МФО «Лига денег» является рекламодателем рекламы «Лига денег». Рекламораспространителем и рекламопроизводителем указанной рекламы является ИП <...>, с которым Обществом был заключен договор б/н от 31.07.2015г. на изготовление и размещение рекламы. Срок размещения рекламы- 4 месяца.

28.10.2015г. для участия в рассмотрении дела №379-15/04РЗ прибыла доверенный представитель ООО МФО «Лига денег» <...> (доверенность №92/2 от 21.10.2015г.).

Доверенный представитель озвучила позицию Общества, изложенную в письменных пояснениях по делу №379-15/04 РЗ, представленных ООО МФО «Лига денег» ранее, а именно: ООО МФО «Лига денег» является рекламодателем рекламы «Лига денег», рекламораспространителем и рекламопроизводителем указанной рекламы является ИП <...>.

Изначально указанная реклама должна была распространяться на рекламном полотне 3х6 м. Однако, в связи с отсутствием у рекламораспространителя свободных рекламных площадей указанного размера, реклама «Лига денег» распространялась на рекламном полотне размером 5х1,5м.

Однако, по мнению представителя Общества, в рассматриваемой рекламе не содержится признаков нарушения законодательства РФ о рекламе, так как вся необходимая информация о предоставляемых ООО МФО «Лига денег» финансовых услугах -займах указана полностью, потребители данной рекламой в заблуждение не вводятся, шрифт рекламного текста доступен для восприятия.

Комиссия, рассмотрев документы, имеющиеся в материалах дела, пришла к

выводу о необходимости привлечения к рассмотрению дела №379-15/04 РЗ рекламопроизводителя и рекламораспространителя рекламы «Лига денег» ИП Позднякова В.М., в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства РФ о рекламе, а также получения дополнительной информации по делу.

28.10.2015г. Комиссия, отложила рассмотрение дела №379-15/04 РЗ. ИП <...> - рекламопроизводитель и рекламораспространитель рекламы «Лига денег» был привлечен к рассмотрению дела №379-15/04 РЗ в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства РФ о рекламе.

Рассмотрение дела №379-15/04РЗ по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе было назначено на 19.11.2015г.

Определением об отложении рассмотрения дела №379-15/04РЗ (исх. №4232/04 от 30.10.2015) у ООО МФО «Лига денег» и ИП<...> была запрошена необходимая информация, документы и сведения для полного и всестороннего рассмотрения дела.

Срок предоставления информации – 17.11.2015г.

17.11.2015г. в адрес Управления поступили запрашиваемые документы и сведения от ИП <...>(вх.№5972 от 17.11.2015г.).

В письменных пояснениях ИП <...> было указано, что между ИП и ООО МФО «Лига денег» был заключен договор б/н от 31.07.2015г., согласно которому ИП <...> предоставлял услуги по размещению рекламного полотна (баннера) по адресу: г.Орел, ул.Автовокзальная, 109. На основании макета рекламы, предоставленного ООО МФО «Лига денег», был напечатан и установлен баннер, к информации, содержащейся на самом рекламном баннере ИП <...> не имеет отношения, так как все данные (макет) были предоставлены рекламодателем, интересы которого представляла <...>.

19.11.2015г. ИП <...> и/или его доверенный представитель, а также законный и\или доверенный представитель ООО МФО «Лига денег», уведомленные надлежащим образом о времени и месте рассмотрения дела № №379-15/04РЗ, в Управление не прибыли.

Документы и сведения, запрашиваемые у ООО МФО «Лига денег», в адрес Управления по состоянию на 19.11.2015г., не поступили.

19.11.2015г. Комиссия отложила рассмотрение дела №379-15/04 РЗ, в связи с необходимостью получения запрашиваемой информации от стороны по делу.

Рассмотрение дела №379-15/04РЗ по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе было назначено на 14.12.2015г.

Определением об отложении рассмотрения дела №379-15/04РЗ (исх. №4484/04 от 23.11.2015) у ООО МФО «Лига денег» и ИП Позднякова В.М. была запрошена дополнительная информация, документы и сведения для полного и всестороннего рассмотрения дела.

10.12.2015г. в адрес Управления поступили запрашиваемые документы и сведения

от ООО МФО «Лига денег» (вх.№6634 от 10.12.2015г.).

14.12.2015г. для участия в рассмотрении дела №379-15/04РЗ прибыла доверенный представитель ООО МФО «Лига денег» <...> (доверенность №92/2 от 21.10.2015г.).

ИП <...> и/или его доверенный представитель, уведомленные надлежащим образом о времени и месте рассмотрения дела №379-15/04РЗ, в Управление не прибыли.

Доверенный представитель ООО МФО «Лига денег» повторила позицию Общества, неоднократно изложенную в письменных и устных пояснениях по делу №379-15/04 РЗ, представленных ООО МФО «Лига денег» ранее, а именно: ООО МФО «Лига денег» не нарушило требования законодательства РФ о рекламе, вся необходимая информация о предоставляемых ООО МФО «Лига денег» финансовых услугах -займах указана в полном объеме, потребители данной рекламой в заблуждение не вводятся, шрифт рекламного текста доступен для восприятия.

Комиссия, рассмотрев документы и объяснения, имеющиеся в материалах дела №379-15/04РЗ, заслушав объяснения стороны по делу, пришла к следующим выводам:

1. В соответствии с частью 1 статьи 3 Закона «О рекламе» **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.

Факт распространения рекламы «Лига денег» на рекламной конструкции на пересечении ул.Комсомольская и ул. Автовокзальная в г.Орле, (в ходе рассмотрения дела уточнено: г.Орел, ул.Автовокзальная, 109) на ограждении автостоянки, сторонами по делу не оспаривается.

2. ООО МФО «Лига денег», как рекламодаделец, и ИП <...>, как рекламопроизводитель и рекламораспространитель, факт нарушения требований законодательства РФ о рекламе при распространении рекламы «Лига денег» отрицали.

3. Комиссия считает, что доводы стороны по делу о том, что ООО МФО «Лига денег» не нарушило требования законодательства РФ о рекламе, вся необходимая информация о предоставляемых ООО МФО «Лига денег» финансовых услугах -

займах была указана в полном объеме, потребители данной рекламой в заблуждение не вводились, шрифт рекламного текста был доступен для восприятия, являются несостоятельными и не основанными на нормах действующего законодательства РФ по следующим основаниям:

Управлением в результате проводимого должностными лицами антимонопольного органа наблюдения за соблюдением обязательных требований Закона «О рекламе» хозяйствующими субъектами и индивидуальными предпринимателями, осуществляющими свою деятельность в сфере размещения наружной рекламы на территории г. Орла, был выявлен факт распространения наружной рекламы, а именно:

На пересечении ул.Комсомольская и ул. Автовокзальная в г.Орле (г.Орел, ул.Автовокзальная, 109) , приблизительно в 15 -20 метрах от проезжей части с интенсивным дорожным движением, на ограждении автостоянки была расположена рекламная конструкция в виде горизонтального рекламного баннера, на котором размещалась информация следующего содержания:

Графическая и тестовая составляющие рекламы:

На рекламном полотне слева был изображен аквариум с рыбкой и расположена надпись «**Прозрачные займы**».

Справа располагалась информация: «**Лига денег. Все к лучшему. Займы от 10 000 до 50 000 рублей на 52 недели. Не верите? Позвоните! 8 800 234 67 67. Ligadeneg.ru**».

Вся указанная информация была выполнена крупным, хорошо читаемым шрифтом.

В левой части рекламного полотна, занимающей приблизительно 15% площади **вертикально** была расположена следующая информация, **выполненная мелким, плохо читаемым шрифтом** «**ООО МФО «Лига денег». Свидетельство Банка России о внесении сведений о юридическом лице в государственный реестр микрофинансовых организаций №65 1403045005162 от 20.05.2014 Процентная ставка от 154 до 233% годовых. Только для граждан РФ в возрасте от 18 до 75 лет. Займы свыше 30 000 рублей предоставляются при повторном обращении. Не является публичной офертой**».

Указанная рекламная конструкция с информацией была расположена в 15-20 метрах от проезжей части с интенсивным дорожным движением. Неопределенным кругом лиц, на который воздействовала данная реклама, являлись **не столько пешеходы, а в основном водители, и пассажиры автотранспортных средств (ввиду отсутствия тротуара для пешеходов в месте расположения указанной конструкции).**

В рекламе «Лига денег» содержалась как информация, выполненная крупным шрифтом, так и информация, напечатанная **мелким шрифтом**. Она располагалась **вертикально** в левой части рекламного полотна и ее прочтение возможно было только при непосредственном к ней приближении на близкое расстояние.

В соответствии с **частью 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 рекламе «Лига денег» сообщалось о предоставлении займов населению, что представляет собой финансовую услугу.

При этом в указанной рекламе в качестве наименования лица, оказывающего данные услуги была представлена надпись **Лига денег** выполненная крупным, хорошо читаемым шрифтом.

В соответствии с ч.1 ст.1473 ГК РФ юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, выступает в гражданском обороте под своим фирменным наименованием, которое определяется в его учредительных документах и включается в Единый государственный реестр юридических лиц при государственной регистрации юридического лица.

Фирменное наименование юридического лица должно содержать указание на его организационно-правовую форму и собственно наименование юридического лица, которое не может состоять только из слов, обозначающих род деятельности.

Надпись **Лига денег** на рекламном полотне, выполненная крупным, хорошо читаемым шрифтом, не является фирменным наименованием юридического лица, так как не содержит указание на его организационно-правовую форму.

Полное наименование юридического лица –Общество с ограниченной ответственностью микрофинансовая организация «Лига денег», сокращенное наименование – ООО МФО «Лига денег».

Данная информация присутствовала в рекламе, но была выполнена мелким шрифтом и расположена вертикально, что затрудняла ее прочтение.

Несмотря на то, что в рекламе «Лига денег» формально присутствовали сведения о наименовании юридического лица, а именно: *ООО МФО «Лига денег»* данные сведения следует **считать фактически отсутствующими**, в связи со сложностью их прочтения из-за формы и месторасположения рекламы.

Таким образом, наличие на рекламном баннере информации Лига денег, напечатанной крупным шрифтом, и ООО МФО «Лига денег», напечатанной мелким шрифтом, необходимо считать отсутствием информации о наименовании юридического лица.

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

В рекламе «Лига денег» присутствовали следующие условия оказания финансовых услуг населению - **Займы от 10 000 до 50 000 рублей на 52 недели**, выполненные крупным, хорошо читаемым шрифтом.

Кроме того, в рекламе «Лига денег» **формально** присутствовали следующие условия предоставления займов - **процентная ставка от 154 до 233% годовых. Только для граждан РФ в возрасте от 18 до 75 лет. Займы свыше 30 000 рублей предоставляются при повторном обращении.** Однако, данные сведения следует считать **фактически отсутствующими**, в связи с месторасположением рекламы, формой и размером шрифта на ней.

Более того, в рассматриваемой рекламе **полностью отсутствовали** иные условия предоставления займов ООО МФО «Лига денег», влияющие на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица (согласно Общих условий договора потребительского микрозайма, индивидуальных условий договора потребительского микрозайма, графика платежей по продукту «ВИП», графика платежей по продукту «Стандарт» ООО МФО «Лига денег», а именно:

-**порядок определения размера процентной ставки по различным финансовым продуктам, исходя из которого для заемщика рассчитываются сумма займа, еженедельный платеж, сумма процентов за весь период займа, полная стоимость кредита (например: на какую сумму займа и на какой срок распространяется процентная ставка 154% или 233%, при каких условиях);**

-**порядок начисления платежей за досрочное погашение займа и т.д.**

В соответствии с **частью 3 статьи 28** Закона «О рекламе» если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, использованием 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.

В рекламе «Лига денег» присутствовали следующие условия, влияющие на стоимость займа - **Займы от 10 000 до 50 000 рублей на 52 недели**, выполненные крупным, хорошо читаемым шрифтом.

Кроме того, в рекламе «Лига денег» **формально** присутствовали следующие условия, определяющие полную стоимость займа - **процентная ставка от 154 до**

233% годовых. Займы свыше 30 000 рублей предоставляются при повторном обращении. Однако, данные сведения следует считать фактически отсутствующими, в связи с месторасположением рекламы, формой и размером шрифта на ней.

Кроме того, в рассматриваемой рекламе **полностью отсутствовали** 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 4 статьи 6 Федерального закона от 21 декабря 2013 года N 353-ФЗ "О потребительском кредите (займе)" **в расчет полной стоимости потребительского кредита (займа) включаются следующие платежи заемщика:**

- 1) по погашению основной суммы долга по договору потребительского кредита (займа);
- 2) по уплате процентов по договору потребительского кредита (займа);
- 3) платежи заемщика в пользу кредитора, если обязанность заемщика по таким платежам следует из условий договора потребительского кредита (займа) и (или) если выдача потребительского кредита (займа) поставлена в зависимость от совершения таких платежей;
- 4) плата за выпуск и обслуживание электронного средства платежа при заключении и исполнении договора потребительского кредита (займа);
- 5) платежи в пользу третьих лиц, если обязанность заемщика по уплате таких платежей следует из условий договора потребительского кредита (займа), в котором определены такие третьи лица, и (или) если выдача потребительского кредита (займа) поставлена в зависимость от заключения договора с третьим лицом. Если условиями договора потребительского кредита (займа) определено третье лицо, для расчета полной стоимости потребительского кредита (займа) используются применяемые этим лицом тарифы. Тарифы, используемые для расчета полной стоимости потребительского кредита (займа), могут не учитывать индивидуальные особенности заемщика. Если кредитор не учитывает такие особенности, заемщик должен быть проинформирован об этом. В случае, если при расчете полной стоимости потребительского кредита (займа) платежи в пользу третьих лиц не могут быть однозначно определены на весь срок кредитования, в расчет полной стоимости потребительского кредита (займа) включаются платежи в пользу третьих лиц за весь срок кредитования исходя из тарифов, определенных на день расчета полной стоимости потребительского кредита (займа). В случае, если договором потребительского кредита (займа) определены несколько третьих лиц, расчет полной стоимости потребительского кредита (займа) может производиться с использованием тарифов, применяемых любым из них, и с указанием информации о лице, тарифы которого были использованы при расчете полной стоимости потребительского кредита (займа), а также информации о том, что при обращении заемщика к иному лицу полная стоимость потребительского кредита (займа) может отличаться от расчетной;
- 6) сумма страховой премии по договору страхования в случае, если выгодоприобретателем по такому договору не является заемщик или лицо,

признаваемое его близким родственником;

7) сумма страховой премии по договору добровольного страхования в случае, если в зависимости от заключения заемщиком договора добровольного страхования кредитором предлагаются разные условия договора потребительского кредита (займа), в том числе в части срока возврата потребительского кредита (займа) и (или) полной стоимости кредита (займа) в части процентной ставки и иных платежей.

В рекламе «Лига денег» вышеперечисленная или иная информация о необходимости уплаты обязательных для заёмщика платежей **не была указана.**

Кроме того, согласно пп.24, 25 Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 8 октября 2012г. №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» в соответствии с частями 1 и 3 статьи 28 Закона о рекламе в рекламе должны быть указаны наименование или имя лица, оказывающего банковские, страховые и иные финансовые услуги, а также условия оказания этих услуг.

Наличие в рекламе информации **о возможности получения (уточнения) сведений об условиях оказания соответствующих услуг у сотрудников организации,** предоставляющей такие услуги, или иных консультантов, обладающих необходимыми сведениями об условиях оказания данных услуг, **не освобождает рекламодателя от исполнения обязанности опубликования в рекламном объявлении условий оказания банковских, страховых и иных финансовых услуг, влияющих на их стоимость, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.**

К условиям, **влияющим на стоимость кредита (займа),** в частности, могут относиться условия о размере процентной ставки, сумме и сроке кредита, платежах и комиссиях по кредитным операциям, а также о дополнительных расходах заемщика, связанных с получением кредита (по страхованию рисков, в том числе жизни, здоровья потенциального заемщика, нотариальному заверению документов, предоставлению обеспечения по кредитному договору, оценке имущества, передаваемого в залог, и др.).

В рекламе «Лига денег» все условия, влияющие на стоимость займа, **указаны не были.**

Частью 7 статьи 5 Закона «О рекламе» определено, 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 вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Формальное присутствие в рекламе наименования юридического лица, оказывающего финансовые услуги и части условий предоставления займов,

определяющих их стоимость, не позволяли потребителям воспринимать указанную рекламную информацию должным образом и в полном объеме.

Любой шрифт в рекламном тексте своим размером должен обеспечить нормальное восприятие потребителем всего содержания рекламной надписи, без дополнительно предпринимаемых усилий по разглядыванию какой-либо ее части.

В рекламе «Лига денег» содержалась как информация, выполненная крупным шрифтом, так и информация, напечатанная мелким шрифтом. **Она располагалась вертикально в левой части рекламной конструкции и могла быть прочитана при непосредственном к ней приближении на близкое расстояние, что было затруднительно ввиду отсутствия тротуара для пешеходов в месте расположения рекламной конструкции.**

Таким образом, Комиссия делает вывод, что потребители рекламы были способны импульсно воспринимать часть информации, которая была указана крупным шрифтом, а полная информация могла быть недоступной для потребителей рекламы.

Данная реклама являлась наружной и была направлена на импульсное восприятие потребителями той информации, которая была указана крупным шрифтом. Поскольку часть рекламы была напечатана мелким шрифтом, потребители рекламы могли быть лишены возможности ознакомиться с ее подробным описанием.

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 [ст. 5](#) Закона «О рекламе».

Использованный Обществом в рекламном тексте шрифт своим размером должен был обеспечить нормальное восприятие потребителем всего содержания рекламной надписи, без дополнительно предпринимаемых усилий по разглядыванию какой-либо ее части.

Однако Общество осознано составило и разместило рекламу в таком виде, при котором несоразмерность шрифта и способ его расположения привели к потере читаемости наименования юридического лица, оказывающего финансовые услуги, а также части существенных условий по предоставлению займов, что создало условия для введения потребителей в заблуждение.

Более того, в рассматриваемой рекламе не были перечислены все условия предоставления займов ООО МФО «Лига денег», влияющие на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, а также все условия, определяющие полную стоимость займа, определяемую в соответствии с Федеральным законом "О потребительском кредите (займе)", для заемщика и

вливающие на нее.

Таким образом, реклама «Лига денег» противоречила положениям части 7 статьи 5, части 1 статьи 28, пункту 2 части 2 статьи 28, части 3 статьи 28 Закона «О рекламе», как не содержащая существенной информации о рекламируемой услуге, что не позволяло получить полную информацию о лице, предоставляющем данную финансовую услугу, всех условиях, определяющих полную стоимость займа, всех условиях, влияющих на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, а также имела искаженный смысл и вводила потребителей в заблуждение.

Данная позиция подтверждается Постановлением Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 8 октября 2012г. №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», согласно которому:

«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.

Поэтому 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)».

4. В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона «О рекламе» *ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.*

Реклама финансовых услуг, в том числе услуг по предоставлению микрозаймов, с учетом значения для потребителя по финансовым последствиям предполагает соблюдение установленных требований к рекламе таких услуг, которая не предполагает импульсивное восприятие такой рекламы, а требует для потребителя необходимого количества времени для ознакомления с рекламируемым товаром (услугой), сосредоточенного внимания при ознакомлении с предлагаемыми в рекламе условиями микрокредитования.

Для оценки восприятия потребителем текста рекламы учитываются в совокупности и взаимной связи ряд объективных признаков распространения рекламных материалов: место размещения рекламной конструкции (пешеходная зона, перекресток, над проезжей частью дороги и т.п.), расположение текста рекламы (вертикально, горизонтально) на рекламном носителе, шрифт текста рекламы, цвет и фон шрифта (с точки зрения простоты визуального восприятия), и его сочетание с

текстом рекламы.

В рекламе «Лига денег» отсутствовала информация о лице, предоставляющем данную финансовую услугу, всех условиях, определяющих полную стоимость займа, всех условиях, влияющих на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица,

Реклама финансовых услуг, предоставляемых ООО МФО «Лига денег» противоречила требованиям части 7 статьи 5, части 1 статьи 28, пункту 2 части 2 статьи 28, части 3 статьи 28 Закона «О рекламе», то есть **являлась ненадлежащей.**

5. В статье 3 Закона «О рекламе» приведены следующие основные понятия:

- рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо;

- рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму;

- рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В ходе рассмотрения дела установлено, что рекламодателем рекламы «Лига денег» является ООО МФО «Лига денег», так как именно Общество определило объект рекламирования и содержание рекламы «Лига денег».

В ходе рассмотрения дела было установлено, что рекламопроизводителем и рекламораспространителем рекламы «Лига денег» является ИП <...>, который согласно договора возмездного оказания услуг от 31.07.2015г., заключенного с ООО МФО «Лига денег», изготовил и смонтировал рекламный баннер «Лига денег», а также осуществлял его распространение по адресу: г.Орел, ул. Автовокзальная, 109, что подтверждается актами выполненных работ, копиями платежных поручений, имеющихся в материалах дела.

В действиях ИП <...>, как рекламопроизводителя, признаки нарушения законодательства РФ о рекламе отсутствуют, так как указанный предприниматель изготовил рекламный баннер «Лига денег» по макету, предоставленному рекламодателем, не внося никаких изменений в содержание рекламной информации.

Однако, ИП <...>, как рекламораспространитель, несет ответственность за нарушение части 1 статьи 28 Закона «О рекламе».

6. В соответствии со статьей 38 Закона «О рекламе»:

- ответственность за нарушение части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28, части 3 Закона «О рекламе» несет рекламодатель.

- ответственность за нарушение части 1 статьи 28 Закона «О рекламе» несет рекламодатель и рекламораспространитель.

7. Таким образом, ООО МФО «Лига денег», как рекламодатель, несет ответственность за нарушение части 7 статьи 5, части 1 статьи 28, пункта 2 части 2 статьи 28, части 3 статьи 28 Закона «О рекламе».

8. ИП <...>, как рекламораспространитель, несет ответственность за нарушение части 1 статьи 28 Закона «О рекламе».

9. Ответственность за нарушение законодательства о рекламе (ненадлежащая реклама) установлена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

10. В ходе заседания Комиссии стороны по делу представили доказательства того, что в настоящее время реклама финансовых услуг «Лига денег» не распространяется (ввиду окончания срока действия договора на распространение рекламы).

Руководствуясь пунктом 2 части 1, пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17 августа 2006 г. № 508 Комиссия,

Р Е Ш И Л А:

1. Признать ненадлежащей рекламу финансовых услуг «**Лига денег**», рекламодателем которой является **ООО МФО «Лига денег**», а рекламораспространителем **ИП <...>**, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, части 1 статьи 28, пункта 2 части 2 статьи 28, части 3 статьи 28 Закона «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения требований законодательства РФ о рекламе ООО МФО «Лига денег» и ИП <...> не выдавать, в связи с прекращением распространения ненадлежащей рекламы «Лига денег».

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Орловского УФАС России для возбуждения дел об административных правонарушениях, предусмотренных частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении **ООО МФО «Лига денег» и ИП <...>**

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

Председатель Комиссии

А.Н. Кирьянов

Члены Комиссии

М.В. Губчевская

А.В.Силаев