

**Лицу, в действиях которого  
содержатся признаки нарушения  
законодательства о рекламе:**

ООО «...»

«...»

## **РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ**

**№ 019/05/5-448/2022**

Резолютивная часть решения оглашена 11.10.2022 г.  
Абакан

г.

В полном объеме решение изготовлено 12.10.2022 г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Хакасия (далее – Хакаское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель комиссии: «...» – заместитель руководителя управления – начальник отдела антимонопольного законодательства и рекламы;

Члены комиссии:

«...» – главный специалист-эксперт отдела антимонопольного законодательства и рекламы;

«...» – главный специалист-эксперт отдела антимонопольного законодательства и рекламы;

«...» – ведущий специалист-эксперт отдела товарных, финансовых рынков и естественных монополий (отсутствует),

в присутствии представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – Общества с ограниченной ответственностью «...», «...» (далее – представитель Общества) (по доверенности от 07.10.2022, сроком действия 5 лет),

рассмотрев материалы дела, возбужденного в отношении ООО «...» по признакам нарушения части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28, части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), выразившимся в распространении рекламы на фасаде здания сети ломбардов № 1, размещенном по адресу: г. Абакан, ул. Тараса Шевченко, д. 62Б, следующего содержания: «Срочно нужны деньги? Берите смелее, мы поможем! 0% деньги под залог, первый месяц бесплатно... (далее нечитаемый текст)»,

### **УСТАНОВИЛА:**

23.06.2022 в ходе проведения мониторинга за соблюдением в Республике Хакасия законодательства Российской Федерации о рекламе сотрудником Хакасского УФАС России по адресу: г. Абакан, ул. Тараса Шевченко, д. 62Б, на фасаде здания сети ломбардов № 1 обнаружена рекламная информация следующего содержания: «Срочно нужны деньги? Берите смелее, мы поможем! 0% деньги под залог, первый месяц бесплатно... (далее нечитаемый текст)», содержащая признаки нарушения части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28, части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

Согласно пункту 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.

Пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе установлено, что 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 пункте 1 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» разъяснено, что согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе 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, является рекламой и должна в связи с этим отвечать требованиям, предъявляемым Законом о рекламе.

Данная реклама, распространена в общественном месте, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – займы.

Таким образом, информация, распространенная на рекламном баннере ломбарда, полностью подпадает под понятие реклама, так как имеет все признаки вышеуказанных понятий.

В соответствии с частью 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.

Отсутствие в рекламе какой-либо существенной части информации о рекламном продукте приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемым продуктом.

Следует отметить, что положения части 7 статьи 5 Закона о рекламе распространяют свое действие и на все объекты рекламирования, поскольку являются общими по отношению абсолютно ко всем объектам рекламирования и не содержат каких-либо исключений из сферы своего действия.

В силу пункта 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут

воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

Согласно части 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.

Согласно пункту 2 статьи 4 Федерального закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», финансовая услуга - банковская услуга, страховая услуга, услуга на рынке ценных бумаг, услуга по договору лизинга, а также услуга, оказываемая финансовой организацией и связанная с привлечением и (или) размещением денежных средств юридических и физических лиц.

В случае, если фактически условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, способной обмануть их ожидания, сформированные рекламой, представлены в рекламе мелким либо нераспознаваемым шрифтом, не читаемом на значительном расстоянии, такая реклама может привести к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми финансовыми услугами.

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 местоположения), свидетельствует о недобросовестности такой рекламы. Приведенные доводы подтверждаются складывающейся судебной практикой (дело А79-8624/2019).

Указание в рекламе информации мелким шрифтом, затруднительным для прочтения с расстояния, а также при движении на автотранспорте (рекламный щит расположен рядом с проезжей частью) свидетельствует об отсутствии части существенной информации о рекламируемом товаре (услугах), формальное присутствие в рекламе таких условий не может расцениваться как их наличие. Невозможность восприятия информации, обозначенной мелким нечитаемым шрифтом, приводит к искажению смысла

рекламы, вводит в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой финансовой услугой.

С учетом особенностей размещения рекламы (на рекламной конструкции - щите, размещенном возле проезжей части дороги), ограниченного времени считывания информации для потребителей, мелкого размера шрифта, которым зафиксированы существенные условия оказания услуги, по сравнению со шрифтом основной, привлекательной для потребителя информации об услуге, высоты расположения текста, потребители рекламы не имеют возможности ознакомиться с указанными сведениями обычным способом и за то время, в течение которого возможно восприятие данной информации.

Исходя из вышеизложенного, в рассматриваемой рекламе отсутствует часть существенной информации (сумма займа), что приводит к искажению смысла рекламы и вводит в заблуждение потребителей рекламы, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой финансовой услугой, и нарушает требования части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28, части 3 статьи 28 Закона о рекламе.

В соответствии с положениями статьи 3 Закона о рекламе, 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.

Согласно части 6 статьи 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. На основании имеющихся сведений, рекламодателем является ООО «...» (ИНН: «...»).

В связи с чем, Определением Хакасского УФАС России от 26.07.2022 (исх. № 04-4785/ИР) в отношении ООО «...» возбуждено дело № **019/05/5-448/2022** по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. Рассмотрение дела назначено на 01.09.2022 в 10 часов 00 минут.

Определением Хакасского УФАС России от 01.09.2022 (исх. № 04-5732/ИР) рассмотрение дела отложено до 05.10.2022 в 09 часов 00

минут.

05.10.2022 на заседании Комиссии был объявлен перерыв для предоставления Обществом документов и сведений.

07.10.2022 (вх. № 9648-ЭП/22) в адрес Хакасского УФАС России поступили пояснения ООО «...», имеющие следующее содержание.

В выписке ЕГРЮЛ 12.11.2021 имеется запись в части изменения вида деятельности Общества, а также изменения наименования на ООО «...».

Общество находится и ведет свою деятельности в Красноярском крае.

Договоры, акты, макеты на размещение спорной рекламы на территории Республики Хакасия отсутствуют.

К пояснению Обществом были приложены выписка из ЕГРЮЛ от 09.09.2022, сведения из Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства от 07.10.2022.

На заседании Комиссии представитель Общества поддержал позицию, изложенную в пояснениях от 07.10.2022 (вх. № 9648-ЭП/22), а также сообщил следующее.

Ранее ООО «...» осуществляло свою деятельность по адресу: г. Абакан, ул. Тараса Шевченко, д. 62Б. 12.11.2021 Общество изменило фирменное наименование на ООО «...» и прекратило осуществлять ломбардную деятельность. В настоящее время Общество осуществляет деятельность по юридическому адресу Общества.

О других местах распространения спорной рекламы представителю Общества неизвестно.

Представитель считает, что с близкого расстояния спорная реклама в целом читаема, для водителя, как потенциального потребителя, данная информация затруднительна к прочтению.

Общество готово демонтировать спорный баннер.

В ходе рассмотрения дела Комиссия Хакасского УФАС России пришла к следующим выводам.

Рассматриваемый рекламный баннер имеет шесть частей (слева направо). Часть с белым фоном, на которой располагается текст:

«Займы под залог золота! Ценим от 2000р за 1 грамм» под указанным текстом располагается мелкий нечитаемый текст. Далее расположена часть, с изображением ювелирных изделий. Затем часть, имеющая черный фон с текстом: «Будь спокоен! Теперь без штрафных процентов!». Правее от указанного текст располагается изображение мужчины, со свистком во рту. Правее от изображения мужчины на белом фоне расположен текст: «Срочно нужны деньги? Берите смелее, мы поможем!» под указанным текстом располагается текст, имеющий мелкий шрифт: «ООО «Ломбард Содействие» ИНН 2404019681 КПП 240401001 ОГРН 1172468059301. Первый займ предоставляется под 0%, сроком до 30 дней, при сумме займа не более 10 000 рублей. Займы более 10 000 рублей, предоставляются под 9,9% в месяц, под залог ювелирных изделий и 14.73% в месяц под залог прочих ТНП. Последующий займ 9,9% в месяц. Срок предоставления займа от 1 до 12 месяцев, сумма займа от 1000 до 1 000 000 рублей.». Правее на красном фоне расположен текст: «0% деньги под залог, первый месяц бесплатно».

Мелкий текст, расположенный на белом фоне имеет тонкий шрифт, из-за чего складывается впечатление, что буквы имеют серый цвет, в связи с чем, текст с расстояния 10 м и более сливается с фоном.

Исходя из изученной Хакасским УФАС России антимонопольной и судебной практики, а также письма ФАС России от 11.09.2012 № АК/29603 при оценке рекламы следует учитывать совокупность таких особенностей размещения рекламы, как: месторасположение возле проезжей части дороги, ограниченное время считывания информации для потребителей, фактический размер шрифта, которым написаны существенные условия оказания услуги, по сравнению со шрифтом основной привлекательной информации об услуге, высоту расположения текста. На возможность восприятия информации могут также влиять иные факторы, ухудшающие восприятие объектов зрения: изменение освещенности, цвета надписи или фона, снижающих контраст, угла зрения.

Вышеназванная реклама расположена в месте большого пешеходопотока и проезжей части и рассчитана на пешеходов и водителей, которые могут воспринять информацию, расположенную на рекламном баннере на расстоянии больше 10 метров, кроме того информация нанесена на белом фоне черными тонкими буквами.

Согласно разъяснениям Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации, изложенным в пункте 28 Постановления от

08.10.2012 № 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. 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). При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Таким образом, отсутствие в законе прямого указания на размер шрифта рекламных надписей не свидетельствует о том, что может использоваться любой размер шрифта, без учета интересов потребителей рекламы.

Информация, указанная в рекламе мелким шрифтом, не может быть доведена до потребителя надлежащим образом, в связи с чем, потребитель вводится в заблуждение в отношении предлагаемой услуги. Использованный в рекламном тексте шрифт своим размером должен обеспечить нормальное восприятие всего содержания рекламной надписи, без дополнительно предпринимаемых усилий по разглядыванию какой-либо ее части.

Исследуемая наружная реклама направлена на восприятие информации потребителями, при этом формальное присутствие в рекламе спорных условий и сведений, напечатанных мелким, нечитаемым шрифтом не позволяет потребителю воспринимать эти сведения, что равноценно отсутствию таких сведений.

Кроме того, факт переименования организации ООО «...» в ООО «...», а также неосуществление ломбардной деятельности по указанному адресу также вводит в заблуждение потенциальных потребителей, так как при желании воспользоваться рекламируемой финансовой услугой потенциальный потребитель не сможет этого



сделать в связи с изложенными выше обстоятельствами.

Согласно пункту 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных 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 устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Поскольку спорная рекламная информация ООО «...» продолжает распространяться в настоящее время, Комиссией антимонопольного органа было принято решение о выдаче ООО «...» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42-47 Правил, Комиссия Хакасского УФАС России,

#### **РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащей рекламу следующего содержания: «Срочно нужны деньги? Берите смелее, мы поможем! 0% деньги под залог, первый месяц бесплатно... (далее нечитаемый текст)», распространяемую ООО «...», поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28, части 3 статьи 28 Закона о рекламе.
2. Выдать предписание по настоящему делу.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Хакасского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в течение трех месяцев со дня его принятия в Арбитражный суд Республики Хакасия.

Председатель комиссии:

«...»

Члены комиссии:

«...»

«...»