

ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 4

о наложении штрафа по делу № 04-5/16

об административном правонарушении

04 марта 2019 года Хабаровск

Руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю <...> рассмотрела протокол об административном от 08 февраля 2019 года и материалы дела № 04-5/16 об административном правонарушении в отношении ООО МКК «Бюро финансовых решений» (ИНН 3906275049, КПП 280101001, место осуществления деятельности: г. Благовещенск, ул. Калинина, 29/1) в связи с распространением рекламы финансовых услуг.

Дело рассмотрено в присутствии представителя ООО МКК «Бюро финансовых решений» <...> (по доверенности).

УСТАНОВИЛА:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Хабаровским УФАС России 24 декабря 2018 года отслежена реклама компании «Отличные наличные», распространяемая на телеканале «Губерния», следующего содержания (хронометраж 10 секунд):

- звуковая информация:

«Наступили финансовые невзгоды? Для Вас новое предложение. Первые семь дней займа новым клиентам заем беспроцентный».

- крупным шрифтом:

«Займ легкий ноль. От 0%. Отличные наличные. С заботой о клиентах. 8 800 600 7000. Otlnal.ru».

- первый дисклеймер (с 1 по 3 секунды):

«ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА ПО ЗАЙМУ В ДЕНЬ ДОСТИГАЕТСЯ ПУТЕМ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ СКИДКИ В ВИДЕ СНИЖЕНИЯ ПРОЦЕНТНОЙ СТАВКИ ПО ДОГОВОРУ ЗАЙМА ДО 100% И ПРЕДОСТАВЛЯЕТСЯ ПРИ СТРОГОМ СОБЛЮДЕНИИ ВСЕХ УСЛОВИЙ ДЛЯ УЧАСТНИКОВ СООТВЕТСТВУЮЩИХ ТРЕБОВАНИЯМ. ОКОНЧАТЕЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ СКИДКИ В ВИДЕ СНИЖЕНИЯ ПРОЦЕНТНОЙ СТАВКИ ПО ДОГОВОРУ ЗАЙМА ДО 100% ПРЕДЛАГАЮТСЯ В ИНДИВИДУАЛЬНОМ ПОРЯДКЕ. СРОК ПРОВЕДЕНИЯ АКЦИИ: С 01.11.2018 Г. ДО 01.02.2019 Г. ВКЛЮЧИТЕЛЬНО. УСЛОВИЯ АКЦИИ МОГУТ БЫТЬ ИЗМЕНЕНЫ».

- второй дисклеймер (с 4 по 7 секунды):

«ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ ОБ ОРГАНИЗАТОРЕ, О ПРАВИЛАХ ЕЁ ПРОВЕДЕНИЯ И СРОКАХ: САЙТ WWW.OTLNAL.RU, ТЕЛ. 8 800 600-70-00. ЗАЙМЫ ПРЕДОСТАВЛЯЕТ ООО МКК «АГОРА», ИНН 5210001698, НОМЕР В РЕЕСТРЕ МФО №651403322006088. СУММА

ОТ 1000 ДО 30000 РУБ. СРОК ЗАЙМА ОТ 3 ДО 30 ДНЕЙ. ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА ПО ЗАЙМУ ОТ 0,36% ДО 2,27% В ДЕНЬ (ПОЛНАЯ СТОИМОСТЬ ЗАЙМА ОТ 133,800% ДО 828,55% ГОДОВЫХ). ПО ЖЕЛАНИЮ КЛИЕНТА ПРЕДОСТАВЛЯЮТСЯ ПЛАТНЫЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ».

- третий дисклеймер (с 8 по 9 секунды):

«ОФОРМЛЕНИЕ ДОКУМЕНТОВ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ЗАКЛЮЧЕНИЯ ДОГОВОРА ЗАЙМА МОЖЕТ ПРОИЗВОДИТЬСЯ ПРИ НАЛИЧИИ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ОРГАНИЗАТОРА АКЦИИ, И ЕСЛИ ОДНОВРЕМЕННО СОБЛЮДАЮТСЯ СЛЕДУЮЩИЕ УСЛОВИЯ: ГРАЖДАНИН РФ, ВОЗРАСТ ОТ 18 ДО 65 ЛЕТ (МУЖЧИНЫ) И 68 ЛЕТ (ЖЕНЩИНЫ), ПОСТОЯННАЯ РЕГИСТРАЦИЯ НА ТЕРРИТОРИИ РФ, ПОСТОЯННОЕ МЕСТО РАБОТЫ (ЛИБО ПЕНСИОНЕР ПО СТАРОСТИ ИЛИ ЗА ВЫСЛУГУ ЛЕТ). НЕОБХОДИМЫЕ ДОКУМЕНТЫ: ПАСПОРТ ГРАЖДАНИНА РФ (ПЕНСИОННОЕ УДОСТОВЕРЕНИЕ — ПРИ НАЛИЧИИ). ОРГАНИЗАТОР АКЦИИ ОСТАВЛЯЕТ ЗА СОБОЙ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНОЕ ПРАВО НА ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ИЛИ ОТКАЗ ОТ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ЗАЙМА. ЗАЁМ ПРЕДОСТАВЛЯЕТСЯ НА УСМОТРЕНИЕ ОРГАНИЗАТОРА АКЦИИ».

Срок распространения рекламы с 18 по 26 декабря 2018 года (54 проката).

Реклама ориентирована на неопределенный круг лиц, целенаправленно направлена на мотивацию потребителя рекламы на выбор услуги. Создавая привлекательные условия возможности по заключению договора займа, побуждает совершить определенные действия в отношении объекта рекламирования, а именно: вступить в конкретные правоотношения с компанией по заключению договора на определенных рекламой условиях.

Согласно пункту 2 части 2 статьи 28 ФЗ «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 расходы лица (заемщика), заключившего договор, включаются:

оплата стоимости займа (процент за пользование займом, платежи за открытие счета, ежемесячные фиксированные платежи за обслуживание счета, платежи, связанные с получением суммы кредита наличными, и другие платежи, обусловленные выдачей кредита и процессом его возврата);

оплата услуг страхования, если выдача займа обусловлена необходимостью заключения договора страхования;

иные расходы, возникающие у заемщика в процессе исполнения договора займа (необходимость нотариального заверения документов и т.п.).

Следовательно, если в рекламе услуг по предоставлению займа указано любое из перечисленных условий, то должны быть указаны все остальные условия, как определяющие размеры расходов заемщика по договору, так и влияющие на эти

расходы.

В соответствии с частью 3 статьи 28 ФЗ «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 ФЗ «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее.

Согласно статье 6 ФЗ «О потребительском кредите (займе)» к условиям, определяющим полную стоимость кредита (займа), отнесены:

сумма потребительского кредита (займа);

срок действия договора потребительского кредита (займа) и срок возврата потребительского кредита (займа);

проценты по договору потребительского кредита (займа);

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;

плата за выпуск и обслуживание электронного средства платежа при заключении и исполнении договора потребительского кредита (займа);

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.

сумма страховой премии по договору страхования в случае, если выгодоприобретателем по такому договору не является заемщик или лицо, признаваемое его близким родственником;

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 соответствии с пунктом 25 постановления Пленума ВАС РФ № 58 от 08.10.2012 года 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.).

При этом в рекламе даны условия, влияющие на сумму расходов, условия получения займа.

Однако необходимая информация транслируется короткое время (3 блока по 3 секунды), что не позволяет потребителю рекламы ознакомиться и воспринять сведения об условиях получения займа.

Следовательно, отсутствие такой информации может ввести в заблуждение потребителей рекламы.

Совокупность таких особенностей спорной рекламы, как ограниченное время считывания информации, объем информации, размещенной в рекламе, лишают возможности потребителя получить полный текст (информацию) рекламы.

Учитывая изложенное, несмотря на формальное наличие в рекламе существенной информации об условиях договора, форма предоставления данных сведений такова, что они не воспринимаются потребителями, так как транслируется короткое время.

Тот факт, что существенная информация в спорной рекламе не читается, очевидно усматривается при визуальном просмотре текста рекламы.

Поскольку существенной является не только информация привлекательная для потребителей (написана крупным шрифтом), но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей рекламы услуг, отсутствие каких-либо сведений, в том числе и доступных, об условиях договора, может привести к искажению смысла рекламы и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой услугой, так как данная информация сложно воспринимаема или вообще недоступна для потребителей.

В рассматриваемой рекламе крупно указано и озвучено условие о процентной ставке.

Иные условия, необходимые потребителю для принятия осознанного решения транслируется короткое время, следовательно, прочесть и, тем более, уяснить указанные условия не представляется возможным.

Формальное присутствие в рекламе обозначенных условий не позволяют потребителю воспринимать данные сведения, и не может расцениваться как их наличие. Следовательно, компания умолчала об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму расходов, когда в рекламе сообщалось одно из условий.

Отсутствие в Законе нормы, определяющей время трансляции рекламных надписей, не свидетельствует о том, что оно может быть любым, поскольку это противоречит положениям статьи 5 Закона относительно добросовестности и достоверности рекламы, которая не должна вводить в заблуждение потребителя.

Время трансляции должны обеспечить нормальное восприятие потребителем всего содержания рекламных надписей.

Антимонопольный орган, учитывая особенности размещения рекламы, пришел к выводу о том, что потребители рекламы не имеют возможности ознакомиться с

указанными в рекламе сведениями обычным способом в течение времени, в которое возможно восприятие данной информации.

Согласно информационному письму Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 N 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» реклама должна оцениваться по тому воздействию, которое она может оказать.

Реклама финансовых услуг с учетом значения для потребителя по финансовым последствиям обязывает 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.

Пунктом 28 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 года № 58, установлено, что за размещение рекламы, в которой отсутствует часть необходимой информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования, судам надлежит учитывать следующее.

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.

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.

Таким образом, учитывая ограниченное время считывания информации, мелкий размер шрифта, которым написаны существенные условия, потребители рекламы с учетом объема содержащейся в рекламе информации не имеют возможности ознакомиться с указанными сведениями обычным образом без использования специальных средств и в течение времени, в которое возможно восприятие данной информации, и у потребителей отсутствует возможность для целостного восприятия всей информации в отношении предоставляемой финансовой услуги.

Следовательно, часть условий изображены таким способом, что данная информация оказывается неприемлемой для чтения, что свидетельствует об умалчивании информации, недоведении до потребителя в воспринимаемой форме информации, наличие которой необходимо в рекламе.

Кроме того, в рекламе отсутствует информация о том, что срок, в течение которого не начисляются проценты, составляет не более 7 (семи) дней, при этом Клиент должен в полном объеме погасить заем в указанные сроки. Клиент может оформить заем на более длительный срок, но, чтобы воспользоваться акцией «от 0% для всех клиентов», необходимо полностью погасить заем не позднее чем на 7 (седьмой) день пользования. Если клиент не закрывает заем в полном объеме в срок 7 (семь) дней или продлевает срок действия займа, то этот клиент автоматически теряет право на участие в акции «от 0% - Легкий ноль» Проценты по займу в таком случае начисляются в полном объеме согласно действующей в городе ставке, для данной категории клиента, с первого дня пользования займом.

Частью 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе» установлено, 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.

В нарушение требований приведенных выше норм закона указанные условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, в рекламе не указаны.

Реклама займов компании «Отличные наличные» противоречит части 7 статьи 5, пункту 2 части 2, части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований статей 5, 28 Закона несет рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Установлено, что рекламодателем является ООО МКК «Бюро финансовых решений». Данный факт подтверждается договором № 11/02-16 от 11.02.2016 года, заключенным между ООО «ИТА «Губерния» и ООО МКК «Бюро финансовых решений», платежными поручениями, графиком размещения рекламы.

Руководствуясь статьей 33 Федерального закона «О рекламе», статьей 4.1., частью 1 статьи 14.3, статьями 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛА:

1. Признать ООО МКК «Бюро финансовых решений» виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3. КоАП РФ.

2. Применить к ООО МКК «Бюро финансовых решений» меру ответственности в виде административного штрафа за ненадлежащую рекламу в размере 100 000 (сто тысяч) рублей.

Согласно части 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административный штраф должен быть

уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Сумма штрафа, уплаченная за нарушение законодательства о рекламе, зачисляется в бюджет:

получатель УФК по Хабаровскому краю (Хабаровское УФАС России), р/с 40101810300000010001, ГРКЦ ГУ ЦБ РФ по Хабаровскому краю г. Хабаровска, БИК 040813001, ИНН 2721023142, КПП 272101001, код 161 11626000016000140, ОКТМО 08701000001.

В соответствии с пунктом 3 части 1 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.