

РЕШЕНИЕ

по делу № 29/04-2018 р

Резолютивная часть решения оглашена 19 апреля 2018 года

В полном объеме решение изготовлено 24 апреля 2018 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: Председателя Комиссии: <...>, <...>

в отсутствие: заявителя физического лица;

в присутствии от лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения рекламного законодательства:

<...> <...> <...>

рассмотрев материалы дела № 29/04-2018р по признакам нарушения Кировским областным государственным автономным учреждением «Издательский дом «Нива» (далее КОГАУ «Издательский дом «Нива») и ООО Микрокредитная компания «Срочные деньги выручим всегда» ч. 7 ст. 5, ч.1 ст. 28, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе») по факту размещения в газете «Нива» № 14 (13, 136) от 15.02.2018 на 7 странице информации следующего содержания: *«Ставка честно снижена <...>»*,

УСТАНОВИЛА:

В Кировское УФАС России поступило обращение физического лица от 07.03.2018 № б/н (вх. № 1832к от 14.03.2018) по вопросу размещения в газете «Нива» № 14 (13, 136) от 15.02.2018 на 7 странице информации следующего содержания: *«Ставка честно снижена <...>»*, которая нарушает требования рекламного законодательства, так как информация, указанная в рекламе читается с трудом и не воспринимается потребителями.

Как указывает заявитель, если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителями, и это приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей.

Определением от 28.03.2018 возбуждено дело № 29/04-2018р, рассмотрение назначено на 19.04.2018.

Изучив материалы дела, комиссия Кировского УФАС России приходит к следующим выводам.

Согласно ст. 3 Федерального закона «О рекламе», рекламой является информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. Под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, 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 – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация следующего содержания: «*Ставка честно снижена. Реклама.* <...>», адресована неопределенному кругу лиц (читателям газеты «Нива»), направлена на привлечение внимания потенциальных потребителей к финансовым услугам (займ), предоставляемым ООО Микрокредитная компания «Срочные деньги выучим всегда», способствует формированию интереса к рекламируемым услугам и их продвижению на рынке, и по своему содержанию является рекламой.

Согласно ч. 1 ст. 28 Федерального 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 пунктом 6 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» под финансовой организацией понимается хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги, - кредитная организация, кредитный потребительский кооператив, страховщик, страховой брокер, общество взаимного страхования, фондовая биржа, валютная биржа, ломбард, лизинговая компания, негосударственный пенсионный фонд, управляющая компания инвестиционного фонда, управляющая компания паевого инвестиционного фонда, управляющая компания негосударственного пенсионного фонда, специализированный депозитарий инвестиционного фонда, специализированный депозитарий паевого инвестиционного фонда, специализированный депозитарий негосударственного пенсионного фонда, профессиональный участник рынка ценных бумаг.

Таким образом, микрокредитная компания является финансовой организацией, предоставляющей финансовые услуги.

В соответствии с пунктом 2 статьи 4 Федерального закона 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.

Пунктом 5 части 1 статьи 3 Федерального закона от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» установлено, что профессиональная деятельность по предоставлению потребительских займов – это деятельность юридического лица или индивидуального предпринимателя по предоставлению потребительских займов в денежной форме, осуществляемая за счет систематически привлекаемых на возвратной и платной основе денежных средств и (или) осуществляемая не менее чем четыре раза в течение одного года (кроме займов, предоставляемых работодателем работнику, и иных случаев, предусмотренных федеральным законом).

Согласно пункту 2.2. части 1 статьи 2 Федерального закона от 02.07.2010 № 151-ФЗ "О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях" микрокредитная компания - вид микрофинансовой организации, осуществляющей микрофинансовую деятельность с учетом установленных частями 1 и 3 статьи 12 настоящего Федерального

закона ограничений, имеющей право привлекать для осуществления такой деятельности денежные средства физических лиц, являющихся ее учредителями (участниками, акционерами), а также юридических лиц.

Анализ указанных норм в совокупности с понятием финансовой услуги, установленной Федеральным законом от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции», позволяет сделать вывод о том, что оказываемые организациями услуги по привлечению денежных средств (займы) являются финансовыми услугами.

Таким образом, исходя из вышеуказанных нормативно определенных понятий, указанные в спорной рекламе услуги (займы) связаны с привлечением либо размещением денежных средств физических лиц, что позволяет идентифицировать их в качестве финансовых, на рекламу которых распространяются требования статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

ООО Микрокредитная компания «Срочные деньги выручим всегда» обладает статусом микрокредитной компании, сведения о которой внесены в государственный реестр микрофинансовых организаций, что подтверждается Свидетельством <...>.

ООО Микрокредитная компания «Срочные деньги выручим всегда» предоставляет потребительские займы физическим лицам, что подтверждается представленными документами, следовательно, ООО Микрокредитная компания «Срочные деньги выручим всегда» предоставляет финансовую услугу –займ, следовательно, реклама должна содержать наименование лица, предоставляющего финансовую услугу (займ).

В соответствии с пунктом 24 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» согласно части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» в рекламе должны быть указаны наименование или имя лица, оказывающего банковские, страховые и иные финансовые услуги.

Целью введения данной статьи является защита прав потребителей рекламы на получение достоверной информации о рекламе финансовых услуг.

Исходя из анализа приведенных нормативных положений, целью рекламы является не просто продвижение соответствующего товара (работы, услуги), а доведение до потребителя всех необходимых сведений, в части обязательного указания наименования лица, оказывающего финансовую услугу, соблюдения информационного права потребителей.

Таким образом, рекламная информация в газете «Нива» № 14 (13, 136) от 15.02.2018 на 7 странице следующего содержания: «Ставка честно снижена). <...>», не содержит сведений о наименовании лица - микрокредитной компании, оказывающей финансовую услугу (займ), что нарушает требования части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Согласно п. 2 ч. 2 ст. 28 Федерального 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 получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

Согласно ч. 3 ст. 28 Федерального 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.

Статья 432 Гражданского кодекса РФ к существенным относит условия о предмете договора,

условия, которые названы в законе или иных правовых актах как существенные или необходимые для договоров данного вида, а также все те условия, относительно которых по заявлению одной из сторон должно быть достигнуто соглашение.

Порядок расчета полной стоимости потребительского кредита (займа) с приведением формулы, по которой необходимо осуществлять расчет, установлен статьей 6 Федерального закона от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)», при этом условия договора потребительского кредита (займа) установлены статьей 5 указанного закона.

Учитывая изложенное, если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита (займа), пользованием им и погашением кредита (займа), содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа) и влияющие на нее.

В спорной рекламе указана только часть условий предоставления финансовой услуги (займ), а именно процентная ставка (0,35 %) и максимальная сумма (до 30000р.).

При этом иные существенные условия предоставления займа, такие как минимальная сумма займа, срок возврата займа, валюта, в которой предоставляется займ, в данной рекламе не указаны.

Исходя из анализа положений Федерального закона «О рекламе», целью рекламы является не просто продвижение соответствующего товара (работы, услуги), а доведение до потребителя всех необходимых сведений, способных вызвать у ее потребителя правильное (неискаженное) представление об объекте рекламирования. Закон не предъявляет требования указать всю существенную информацию, но обязывает формировать у ее потребителя правильное (достоверное) восприятие о соответствующей продукции (товаре, услуге). Недостаточная информированность потребителя обо всех условиях рекламируемого товара (работы, услуги), имеющая место в силу недобросовестного поведения организации, предоставляющей услуги или реализующей товар, приведет к неоправданным ожиданиям названного лица, прежде всего, в отношении сделки, которую он намерен заключить.

Указывая в рекламе процентную ставку (0,35 %) и максимальную сумму займа (до 30000р.), рекламодатель привлекает внимание к финансовым услугам, вместе с тем информация о том, что процентная ставка тесно взаимосвязана с иными критериями: годовой процентной ставкой, минимальной и максимальной суммой займа, сроком предоставления финансовой услуги, является существенной, и ее отсутствие в любом случае вводит потребителей в заблуждение относительно возможности получения займа с процентной ставкой от 0,35% и максимальной суммой до 30000р. Данные условия являются существенными и влияют как на стоимость займа, так и на окончательную сумму расходов потребителя, воспользовавшегося предложением микрокредитной компании по займу.

Таким образом, спорный рекламный модуль умалчивает об иных условиях оказания соответствующей услуги, влияющих на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугой лица, а также не содержит необходимых условий, определяющих полную стоимость займа и влияющих на нее, и размещен с нарушением п. 2 ч. 2 и ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии ч. 7 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Поскольку распространенная реклама финансовых услуг направлена на формирование у потребителей желания ею воспользоваться, то существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламы. Отсутствие всех существенных условий об

условиях предоставления займа может привести к искажению смысла рекламы и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой услугой.

Следовательно, спорная реклама нарушает ч. 7 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Комиссией оценен оригинал газеты «Нива» № 14 (13, 136) от 15.02.2018, представленный в материалы дела, а также рекламный макет, представленный для размещения в газете.

Так, в газете указана следующая информация: «*Ставка честно снижена <...>*». При этом информация, указанная мелким шрифтом внизу рекламного модуля напечатана таким образом, что она нечитаема.

В представленном макете, планируемом к размещению, указана следующая информация: «*Ставка честно снижена «Акция 0,35%» 0,35 % (127,875 % годовых) в день, сумма займа от 1000 до 30000 рублей на срок от 1 до 30 дней. Возможно досрочное погашение займа с перерасчетом суммы займа. Микрозаймы предоставляются гражданам РФ в возрасте от 20 до 70 лет с регистрацией в Кировской области, Республике Марий Эл, Республике Татарстан, Удмуртской Республике. Для оформления требуется паспорт гражданина РФ. Предложение действительно для новых клиентов компании и на срок до 31.05.2018. Купон действует до 31 мая 2018 года.*».

При этом информация: «ООО МКК «Срочные деньги выучим всегда» ИНН 4345330409, ОГРН 1124345011537, номер свидетельства о внесении в реестр МФО 2120543001699 от 26.06.2012. <...>» на оригинале газеты не поддается прочтению, следовательно, информация для потребителей о рекламируемой финансовой услуге в полном объеме, с учетом требований ч. 1 ст. 28, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» не доведена.

Размещение привлекательной для потребителя информации крупным шрифтом, такой как: «*Ставка честно снижена до 0,35%. <...>Выучим всегда*» и мелким шрифтом не поддающейся прочтению информации, в том числе: наименование финансовой организации, условия предоставления финансовых услуг: «ООО МКК «Срочные деньги выучим всегда» <...>», свидетельствует о недобросовестности вышеуказанной рекламы.

Использование мелкого шрифта затруднительного для прочтения потребителем, несмотря на формальное наличие в рекламе существенной информации о рекламируемой финансовой услуге, вводит потребителя в заблуждение и искажает содержание рекламы в целом в части доведения ее до потребителя должным образом.

Реклама оценивается со стороны обычного потребителя, который не обладает специальными знаниями в рекламируемой сфере. Если по причине мелкого нечитаемого текста потребителем не воспринимается необходимая информация, то такое предоставление информации равнозначно ее фактическому отсутствию.

Исходя из представленных документов, Комиссия делает вывод, что рекламодателем и рекламораспространителем требования ч. 7 ст. 5, ч.1 ст. 28, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» в полном объеме не исполнены.

Таким образом, рекламная информация в газете «Нива» № 14 (13, 136) от 15.02.2018 на 7 странице следующего содержания: «*Ставка честно снижена <...>*», не содержит сведений о наименовании или имени лица, оказывающего финансовую услугу (займ) или осуществляющего данную деятельность (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилия, имя и (если имеется) отчество), не содержит все условия предоставления финансовой услуги (займ), определяющие полную стоимость займа, которые влияют на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, что является существенной информацией и может вводить потребителей в заблуждение, следовательно, она размещена с нарушением ч. 7 ст. 5, ч.1 ст. 28, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель (рекламодатель (изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо).

В соответствии с ч. 6, ч. 7 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» несет как рекламодатель (изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо), так и рекламораспространитель (лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств).

Из документов, представленных в материалы дела, <...> рекламодателем спорной информации в газете «Нива» № 14 (13, 136) от 15.02.2018 является ООО Микрокредитная компания «Срочные деньги выручим всегда», а рекламораспространителем является КОГАУ «Издательский дом «Нива».

Исследовав материалы дела, Комиссия Кировского УФАС России приходит к выводу, что рекламодателем спорной рекламы, исходя из понятия, установленного статьей 3 Федерального закона «О рекламе», является ООО Микрокредитная компания «Срочные деньги выручим всегда», которое несет ответственность за нарушение требований ч. 7 ст. 5, ч. 1 ст. 28, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе», а рекламораспространителем является КОГАУ «Издательский дом «Нива», которое несет ответственность за нарушение требований ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе»,

Доводы ООО Микрокредитная компания «Срочные деньги выручим всегда» о том, что спорный макет был представлен в читаемом виде и содержал все условия предоставления рекламируемой финансовой услуги, следовательно, в действиях Общества отсутствует факт нарушения рекламного законодательства, не могут быть приняты во внимание и опровергаются материалами дела.

Учитывая тот факт, что на момент принятия решения в материалах дела отсутствует документальное подтверждение устранения нарушения, Комиссия решила выдать ООО Микрокредитная компания «Срочные деньги выручим всегда» (ИНН 4345330409, ОГРН 1124345011537) и Кировскому областному государственному автономному учреждению «Издательский дом «Нива» (ИНН 4309001462, ОГРН 1024300666004) предписания о прекращении нарушения рекламного законодательства.

На основании ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Комиссия считает необходимым передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ООО Микрокредитная компания «Срочные деньги выручим всегда» (ИНН 4345330409, ОГРН 1124345011537) и Кировского областного государственного автономного учреждения «Издательский дом «Нива» (ИНН 4309001462, ОГРН 1024300666004) и их должностных лиц.

Руководствуясь ст. 3, ч.7 ст. 5, ч. 1 ст. 28, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28, ст. 33, ст. 36, ст. 38 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу следующего содержания: «*Ставка честно снижена <...>*», размещенную в газете «Нива» № 14 (13, 136) от 15.02.2018 на 7 странице, так как она противоречит ч. 7 ст. 5, ч. 1 ст. 28, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать Кировскому областному государственному автономному учреждению «Издательский дом «Нива» (ИНН 4309001462, ОГРН 1024300666004) предписание о прекращении нарушения ч. 1 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

3. Выдать ООО Микрокредитная компания «Срочные деньги выручим всегда» (ИНН 4345330409, ОГРН 1124345011537) предписание о прекращении нарушения ч. 7 ст. 5, ч. 1 ст. 28, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

4. Передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении Кировского областного

государственного автономного учреждения «Издательский дом «Нива» (ИНН 4309001462, ОГРН 1024300666004) и его должностного лица.

5. Передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ООО Микрокредитная компания «Срочные деньги выручим всегда» (ИНН 4345330409, ОГРН 1124345011537) и его должностного лица.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, в суд общей юрисдикции в порядке, предусмотренном ст. 131 Гражданского процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>