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

ООО МКК «…»

«…»

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ

№ 019/05/5-451/2022

Резолютивная часть решения оглашена 24.10.2022 г. г. Абакан

В полном объеме решение изготовлено 25.10.2022 г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Хакасия (далее – Хакасское 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 отсутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, Общества с ограниченной ответственностью Микрокредитная компания «…», надлежащим образом уведомленного о времени и месте рассмотрения дела,

рассмотрев материалы дела, возбужденного в отношении ООО МКК «…» 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 займов на фасаде зданий, размещенных по адресам: г. Абакан, ул. Кати Перекрещенко, д. 18а, ул. Чертыгашева, д. 77, ул. Кирова, д. 102, ул. Пушкина, д. 195, имеющей следующее содержание: «Займы без процентов 0% отличные наличные OTLNAL 8-800-600-70-00… (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. Кати Перекрещенко, д. 18а, на фасаде здания обнаружена рекламная информация следующего содержания: «Займы без процентов 0% отличные наличные OTLNAL 8-800-600-70-00… (далее нечитаемый текст)», содержащая признаки нарушения части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28, части 3 статьи 28 Закона о рекламе.

Определением от 26.07.2022 (исх. № 04-4788/ИР) возбуждено дело № 019/05/5-451/2022 по признакам нарушения части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28, части 3 статьи 28 Закона о рекламе. Рассмотрение дела назначено 30.08.2022 в 11 часов 00 минут.

23.08.2022 (вх. № 8328) в адрес Хакасского УФАС России поступили документы ООО МКК «…», а именно правила акции «Легкий ноль», информация об условиях предоставления, использования и возврата займа «Универсальный PDL», аналитический отчет по результатам работы фокус-группы «Уровень восприятия информации на рекламном носителе».

Согласно условиям акции «Легкий ноль», утвержденным генеральным директором ООО МКК «…»«…», акция проводилась путем предоставления скидки в виде снижения процентной ставки по договору займа на 100% при строгом соблюдении условий:

1) На момент получения займа Клиент не должен иметь ни одного зарегистрированного займа;

2) 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;

3) Клиент может оформить заем на более длительный срок, но, чтобы воспользоваться акцией «Легкий ноль», необходимо полностью погасить заем

не позднее чем на 7 (седьмой) день пользования.

Несоблюдение данных условий приведет к следующим последствиям: не закрытие займа в полном объеме в срок семь дней или продление срока действия займа, автоматически лишает клиента права на участие в акции «Легкий ноль». Проценты по займу, в таком случае, начисляются в полном объеме согласно действующей ставке, для данной категории клиента, с первого дня пользования займом.

Согласно аналитическому отчету по результатам работы фокус-группы «Уровень восприятия информации на рекламном носителе» от 18.04.2022, был произведен опрос 300 респондентов (целевая аудитория: мужчины и женщины от 19 до 55 лет) в г. Абакане. По результатам опроса 87 % (261 человек) респондентов прочитали всю информацию с расстояния 5 метров, 10 % (30 человек) респондентов прочитали всю информацию, но допустили ошибки с 5 метров, а 3 % (9 человек) респондентов не смогли прочитать информацию с 5 метров, ссылаясь на физические способности. Опрос респондентов привёл к следующим выводам. Согласно проведенным опросам полное восприятие информации может быть достигнуто при условии просматривания рекламного баннера пешеходным потоком людей с расстояния от 0,5 до 5 метров от баннера при соблюдении площади информационного поля 2500*3100 мм.

Определением Хакасского УФАС России об отложении рассмотрения дела № 019/05/5-451/2022, рассмотрение дела отложено на 28.09.2022 в 11 часов 00 минут.

22.09.2022 (вх. № 9104-ЭП/22) в адрес Хакасского УФАС России поступили документы ООО МКК «…», а именно макеты размещенной информации в электронном варианте, а также информация о том, что реклама Общества с аналогичным содержанием также распространяется по адресам г. Абакана: ул. Пушкина д. 195, ул. Щетинкина д. 67, ул. Чертыгашева д. 77, ул. Кирова д. 102.

Кроме того, Общество сообщает, что фотографий размещенной рекламной информации на местности по указанным адресам не имеется.

Также представлены акты сдачи-приемки выполненных работ № 31, 53, согласно которым общая сумма изготовления рекламных баннеров составляет 58 504 рублей.

Определением Хакасского УФАС России от 28.09.2022 (исх. № 6411/22) об отложении рассмотрения дела № 019/05/5-451/2022, рассмотрение дела отложено на 24.10.2022 в 11 часов 00 минут.

21.10.2022 в ходе проведения мониторинга за соблюдением в Республике Хакасия законодательства Российской Федерации о рекламе сотрудником Хакасского УФАС России по адресу: г. Абакан, ул. Кирова, д. 102 на фасаде здания обнаружена рекламная информация ООО МКК «…» следующего содержания: «Займы без процентов 0% OTLNAL.RU 8 800 600 7000 … (далее нечитаемый текст)», содержащая признаки нарушения части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28, части 3 статьи 28 Закона о рекламе.

Кроме того, в ходе проведения мониторинга за соблюдением в Республике Хакасия законодательства Российской Федерации о рекламе 21.10.2022 по адресам: г. Абакан, ул. Чертыгашева, д. 77, ул. Пушкина, д. 195 была обнаружена рекламная информация ООО МКК «…», схожая до степени смешения со спорной рекламной по настоящему делу, за исключением отсутствия в тексте рекламы наименования Интернет-сайта Общества OTLNAL.RU и номера телефона Общества 8 800 600 7000.

Согласно отчету об отслеживании отправления с почтовым идентификатором 65591175204326 письмо получено ООО МКК «…» 12.10.2022.

24.10.2022 (вх. № 10170-ЭП/22) в адрес Хакасского УФАС России поступили документы и сведения, а именно информация о том, что рекламные баннеры ООО МКК «…» не демонтировались, а также

представлены организационно-распорядительные документы о проведении фокус-группы «Уровень восприятия информации на рекламном носителе».

Рассмотрев материалы дела, Комиссия Хакасского УФАС России приходит к следующим выводам.

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 рекламных баннерах Общества, полностью подпадает под понятие реклама, так как имеет все признаки вышеуказанных понятий.

Рассматриваемые рекламные баннеры имеют зеленый фон с геометричным градиентом в темно-зеленый цвет в правом нижнем

углу. В верхней части баннеров расположен текст: «Займы без процентов». Фраза «без процентов» расположена на красной подложке. В центре рекламного баннера располагается знак «0%*», напечатанный большим шрифтом. В нижней части баннера по адресу: г. Абакан, ул. Кати Перекрещенко, д. 18а находится слева направо белая стрелка, показывающая влево, жест «окей» и текст: «отличные наличные OTLNAL_RU 8 800 600 7000».

Ниже располагается мелкий текст, относительно знака «0%*» и другой, находящейся на баннере информации, а именно: «*Займы предоставляет ООО МКК «…» ИНН «…», регистрационный номер в реестре ЦБ РФ № 651403322006088. Источники подробной информации об условиях предоставления займа и условиях акции: интернет-сайт OTLNAL.RU, тел. 8-800-600-70-00. Условия акции «Легкий ноль» для займа «Универсальный PDL»: акция проводится путем предоставления скидки в виде снижения процентной ставки по договору займа на 100% до ставки в 0 % при строгом соблюдении всех условий акции: на момент получения займа и изъявления желания участия в акции, участник не должен иметь ни одного зарегистрированного/полученного займа; срок, в течение которого не начисляются проценты, составляет не более 7 дней, при этом участник должен в полном объеме погасить заем в указанные в договоре займа сроки; участник может оформить заем на более длительный срок, но, чтобы принять участие в акции, ему необходимо полностью погасить заем не позднее чем на 7 (седьмой) день пользования; если участник не закрывает заем в полном объеме в срок 7 дней или продлевает срок действия договора займа, то этот участник автоматически теряет право на участие в акции, проценты по займу в таком случае начисляются в полном объеме согласно действующей ставке по договору займа, для данной категории участника, с первого дня пользования займом. Срок проведения акции: с 01.01.2022 до 31.12.2022 вкл-но. Финансовые условия предоставления займа: сумма займа от 1000 до 30000 руб. на срок до 30 дней, процентная ставка по займу от 0.99% до 1 % в день (полная стоимость займа от 361,35% до 365% годовых), или валюта займа: российский рубль. Способ получения займа: наличный и безналичный. Условия предоставления займа: гражданин РФ, возраст от 18 лет, постоянная регистрация в РФ, постоянное место работы (либо пенсионер), документы, удостоверяющие личность (паспорт).».

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 получат 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, пользованием им и погашением кредита или займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом "О потребительском кредите (займе)", для заемщика и влияющие на нее.

Согласно пункту 2 статьи 4 Федерального закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», финансовая услуга - финансовая 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 баннер 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 - баннере, 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 (срок и 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.

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, а также около проезжей части и стоянки автомобилей и рассчитана на пешеходов и водителей, которые могут заинтересоваться предлагаемой финансовой услугой, прочитав текст, расположенный крупным шрифтом, но не увидят существенных условий предлагаемой услуги, расположенных мелким шрифтом, относительно привлекательных условий, расположенных выше на баннере.

Таким образом, Хакасское УФАС России считает, что вышеназванные факторы, являются ухудшающими для восприятия рекламной информации и подтверждают нарушение ООО МКК «…» требований части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28, части 3 статьи 28 Закона о рекламе.

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 (кегль), 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.

Довод Общества о возможности беспрепятственного ознакомления со всей информацией на рекламной баннере и проведении опроса респондентов является несостоятельным на основании следующего.

Антимонопольный орган считает, что ввиду того, что существенной является не только информация привлекательная для потребителей (написанная крупным шрифтом), но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей рекламы финансовых услуг, то отсутствие каких-либо сведений, в том числе и доступных, об условиях предоставления займа, может привести к искажению
смысла рекламы и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение
воспользоваться рекламируемой финансовой услугой, так как данная информация сложно воспринимаема или вообще недоступна для потребителей.

Существенная информация в спорной рекламе, как установлено Хакасским УФАС России, не читается, что усматривается при визуальном просмотре ее текста. Общество разместило рекламу в таком виде, при котором
несоразмерность шрифта и размещение около проезжей части, автомобильной стоянки и широкой пешеходной дорожки привели к потере читаемости существенных условий, что создало условия
для введения потребителей в заблуждение, поэтому выполнение

мелким
шрифтом сведений в рекламе займа не доводится до неопределенного круга
лиц надлежащим образом и потребитель фактически не получает предусмотренную законом информацию, чем вводится в заблуждение относительно предлагаемой финансовой услуги.

При этом проведение 18.04.2022 опроса респондентов объективно не доказывает возможность ознакомления со всей существенной информацией гражданами, находящимися на проезжей части либо на стоянке транспортных средств, либо гражданами, идущими по пешеходной дорожке на большем расстоянии, чем 5 метров, как указано в аналитическом отчете по результатам работы фокус-группы «Уровень восприятия информации на рекламном носителе».

При оценке рекламы, содержащей информацию, указанную мелким, трудным для восприятия шрифтом, следует учитывать то, что, исходя из понятия рекламы она предназначается для распространения среди неопределенного круга лиц, в связи, с чем вся информация, включая обязательные к указанию сведения, должна быть доступна
для потребителей при ознакомлении с рекламой без специальных усилий и применения специальных средств.

Таким образом, важная и необходимая в силу закона информация не доведена до потребителя надлежащим образом; кроме того, в рекламе указано, что займ предоставляется бесплатно (0%), но иные условия оказания соответствующей услуги, влияющие на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, отсутствуют (напечатаны мелким шрифтом), в связи, с чем потребитель мог быть введен в заблуждение относительно предлагаемой услуги.

Формальное присутствие в рекламе обозначенных условий, напечатанных мелким нечитаемым шрифтом, не позволяет потребителю воспринимать данные сведения и не может рассматриваться как их наличие.

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 МКК «…» продолжает распространяться по адресам: г. Абакан, ул. Кати Перекрещенко, д. 18а, ул. Чертыгашева, д. 77, ул. Кирова, д. 102, ул. Пушкина, д. 195 в настоящее время, Комиссией антимонопольного органа было принято решение о выдаче ООО МКК «…» предписание 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, 49 Правил, Комиссия Хакасского УФАС России,

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу следующего содержания: «Займы без процентов 0% (отличные наличные OTLNAL 8-800-600-70-00) … (далее нечитаемый текст)», распространяемую ООО МКК «…», ненадлежащей, 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: «…»

«. . .»