

Исх. №04-08/3929 от 18.03.2019

Я, временно исполняющий обязанности заместителя руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан <...> (должностное лицо), рассмотрев протокол и материалы дела №А08-1856/2018 об административном правонарушении, возбужденного в отношении ООО «Ника Медиа» <...> по факту нарушения требований части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»), ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса об административных правонарушениях Российской Федерации (далее – КоАП РФ),

в отсутствии ООО «Ника Медиа» или его представителя по доверенности,

УСТАНОВИЛ:

В ходе проведения мониторинга сотрудниками Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан на предмет соблюдения Закона «О рекламе» установлен факт распространения рекламы на радио ООО «Информационные системы» («БИМ-РАДИО») финансовых услуг следующего содержания: «Рено Дастр обходит соперника и бьет прямо в цель. Выгода до 230 000 тысяч рублей целый год Каско в подарок...» которая транслировалась 18 апреля 2018 г. с 19:30 мск по 20:00 мск., что имеет признаки нарушения части 7 статьи 5, части 1 статьи 28, части 3 статьи 28 Закона «О рекламе».

Согласно ответу на запрос ООО «Информационные системы» («БИМ-РАДИО») (Вх. №<...> от <...> г.) была представлена аудиозапись вышеуказанного рекламного ролика, а также договор на оказание услуг №<...> от <...> г. между ООО «Ника Медиа» (<...>) и ООО «Элсми» (<...>). В соответствии с п. 1.1 договора Заказчик поручает, а Исполнитель обязуется оказывать Заказчику услуги по размещению в г. <...> на частоте <...> FM (радиопрограмма «Бим радио») рекламной информации, предоставленной Заказчиком, согласно утвержденной Сторонами сетки вещания, являющейся неотъемлемой частью настоящего Договора, а Заказчик обязуется принять и оплатить вышеуказанные услуги в порядке и на условиях, определенных Договором.

Согласно п. 3.3. Исполнитель вправе отказать Заказчику в размещении рекламного материала, если это размещение или информация, содержащаяся в рекламном материале приведет к нарушению законодательства Российской Федерации

Согласно части 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.

В вышеуказанной рекламе часть существенной информации, имеющую особую важность для слушателей радио и потенциальной для потребителей затруднительна для понимания, так как скорость проговариваемых в рекламе условий является быстрой, а именно вышеуказанная реклама:

-не содержит наименование или имя лица, оказывающего эти услуги или осуществляющую данную деятельность;

-не содержит все условия, влияющие на полную стоимость кредита, а именно: сумму кредита (займа), срок действия данного договора, возврат кредита (займа), валюту в которой предоставляется кредит (займ), процентную ставку в процентных годовых, а при применении переменной процентной ставки – порядок ее определения.

Согласно части 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).

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 1 письма ФАС России от 31.07.2014 N АД/30890/14 «О рекламе финансовых услуг» по мнению специалистов ФАС России, к условиям, определяющим полную стоимость кредита, могут быть отнесены: сумма потребительского кредита (займа); срок действия договора потребительского кредита (займа) и срок возврата потребительского кредита (займа); валюта, в которой предоставляется потребительский кредит (заем); процентная ставка в процентах годовых, а при применении переменной процентной ставки - порядок ее определения.

Таким образом, рекламодатель умышленно создал условия, при которых не представляется возможным получить полную информацию о существенных условиях выдачи займа (кредита), которые могут повлиять на стоимость финансовой услуги.

Согласно письму ФАС России №РП/54390/18 от 16.07.2018г. «О применении положений части 7 статьи 5 Закона «О рекламе» в случае, если фактические 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. Указанная позиция применима и к информации, представленной в рекламном ролике в форме звука.

В Законе «О рекламе» не содержится положений, устанавливающих обязательные к темпу речи, допустимого к использованию в рекламе.

Однако в силу части 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 вводится в заблуждение.

При этом то обстоятельство, что нормами Закона «О рекламе» не установлен темп

речи, допустимый к использованию в рекламе, не свидетельствует о том, что такой темп речи может быть любым, поскольку информация в рекламе, распространяемая в такой форме, должна быть доступна для потребителей при ознакомлении с рекламой без специальных усилий и применения специальных средств.

С учетом изложенного в случае, когда условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, отсутствие которой способно обмануть их ожидания, сформированные рекламой, формально присутствовали в рекламе, однако форма представления сведений такова, что данная информация не может быть воспринята потребителями, может свидетельствовать о том, что данные сведения не были доведены для неопределенного круга лиц надлежащим образом, в связи с чем потребитель фактически не получил предусмотренную законом информацию и вводится в заблуждение относительно предлагаемого товара (услуги).

Согласно письму ФАС России №РП/54390/18 от 16.07.2018г., представленная Татарстанским УФАС России аудиозапись рекламы, распространяемой в эфире «БИМ-РАДИО», с текстом: «Рено Дастр обходит соперника и бьет прямо в цель. Выгода до 230 тысяч рублей, целый год КАСКО в подарок...» содержит признаки нарушения части 7 статьи 5 Закона «О рекламе», поскольку, несмотря на формальное указание в рекламе сведений о существенных условиях приобретения указанного товара (о сроках действия акции и об ограничении количества товара), фактически данные сведения в рекламе не воспринимаются (отсутствуют).

<...>

Согласно части 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ, являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицам, осуществляющим предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, и юридическим лицам, а также их работникам за впервые совершенное административное правонарушение, выявленное в ходе осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля, в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей раздела II настоящего Кодекса или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных частью 2 статьи 3.4 настоящего Кодекса, за исключением случаев, предусмотренных частью 2 настоящей статьи.

Оснований для применения ст. 2.9 КоАП РФ не установлено.

Руководствуясь статьями 23.48, 29.9, а также частью 1 статьи 14.3, части 2 и 3 статьи 3.4, частью 1 статьи 4.1.1, частью 2 статьи 25.1, статьей 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

Признать ООО «Ника Медиа» <...>, виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3

КоАП РФ и назначить наказание в виде предупреждения.

В соответствии с пунктом 3 части 1 и частью 3 статьи 30.1 КоАП РФ, а также частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно статье 31.1 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

<...> (должностное лицо)