

РЕШЕНИЕ

по делу №014/05/28-06/2019 по признакам нарушения законодательства о рекламе

г. Якутск

резольютивная часть оглашена «04» апреля 2019

г.

изготовлено в полном объеме «16» апреля 2019 г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Саха (Якутия) в составе:

<...>

При участии лица, в чьих действиях содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

- МФО ООО «Алтима Центр» (далее – Общество), г. Якутск, ул. Кирова, д.18 – Общество надлежащим образом извещено, представитель по доверенности от 28.03.2019 г. <...>

Рассмотрев дело №014/05/28-06/2019, возбужденное по факту распространения рекламы финансовых услуг, ООО МКК «Алтима Центр» (ОГРН 1141447005589) с использованием рекламной конструкции форматом 1,5х1 м., размещенной возле проезжей части по адресу: г. Якутск, ул. Кирова, д.18, блок В с признаками нарушения части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13 марта 2006 г., по существу

у с т а н о в и л а:

21.02. 2019 г. Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Саха (Якутия) в рамках осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе на территории г. Якутска отслежено распространение рекламы финансовых услуг, предоставляемых ООО МКК «Алтима Центр». Реклама займа «С заботой о Вас!» распространяется с использованием рекламной конструкции форматом 1,5х1 м., установленной возле проезжей части по адресу: г. Якутск, ул. Кирова, д.18, блок В с признаками нарушения требований части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 и части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

18.03.2019 г. антимонопольным органом возбуждено производство по делу №014/05/28-06/2019 по факту распространения рекламы займа «С заботой о Вас!».

предоставляемого ООО МКК «Алтима Центр» с использованием рекламной конструкции, расположенного по адресу г.Якутск, ул.Кирова, д.18, блок В с признаками нарушения части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

В ходе рассмотрения дела по существу, представитель по доверенности ООО МКК «Алтима Центр» <...> пояснила, что реклама финансовых услуг ООО МКК «Алтима Центр» была изготовлена в декабре 2018 г. по поручению Общества (заказчика) исполнителем в лице ООО «Центр финансовых услуг». Между Обществом и ООО «Центр финансовых услуг» (далее – ООО «ЦФО») для этих целей, заключен договор на выполнение работ (оказания услуг) от 03.12.2018 г., согласно данному договору ООО «ЦФО» обязался выполнить работы по созданию макетов, изготовлению рекламных материалов, установке рекламных конструкций (баннеров) с рекламными материалами в строгом соответствии макетом рекламы, утвержденным заказчиком.

13.12.2018 г. между Обществом и ООО «ЦФО» подписан акт выполненных работ.

<...> уточнила, что в утвержденном макете рекламы имеется информация о фактических условиях займа, но в связи с тем, что она на нижнем крае рекламного плаката, она запорошена снегом и ее не видно.

<...> уточнила, что рекламируемый займ рассчитан для пенсионеров до 70 лет, 292% годовых, что составляет 0,8 % в день, сумма займа от 2000 до 15 000 рублей, срок займа до 30 дней.

Факт нарушения требований Федерального закона «О рекламе» <...> признает, также Общество просит антимонопольный орган учесть тот факт, что в силу погодных условий мелкий шрифт, размещенный на нижнем крае рекламная конструкции, я был занесена снегом, что сделало данную информацию недоступной.

Заслушав объяснения лица, участвующего в деле, изучив имеющиеся в материалах дела документы, Комиссия пришла к следующим выводам.

В рекламе ООО МКК «Алтима Центр» сообщается следующее: «ЦФУ Займы. «С заботой о Вас!» Займы пенсионерам низкие % Удобные сроки 0,8 % в день тел. 219-789». В рекламе используется изображение улыбающегося мужчины пенсионного возраста, указано наименование финансовой организации, ОГРН и регистрационный номер с государственного реестра МКК.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона «О рекламе» рекламой признается 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 продвижению на рынке.

Согласно пункту 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» 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 статье 3 Федерального закона «О рекламе» под товаром как объектом рекламирования понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Учитывая правовой смысл и содержание приведенных понятий рекламы и объекта рекламирования, информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах, а также об изготовителе (продавце) такого товара, то есть объекту рекламирования в целом.

Объектом рекламирования выступают финансовые услуги, а именно услуги по выдаче займа для пенсионеров ООО МКК «Алтима Центр».

При таких обстоятельствах, рассматриваемая информация признается рекламой, распространяемой любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, а именно к услугам по выдаче займа ООО МКК «Алтима Центр», формирует и поддерживает интерес к ним, способствует их продвижению на рынке.

В силу [пункта 2 части 2 статьи 28](#) Федерального 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.

В соответствии со статьей 4 Федерального закона от 26.07.2006 N 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.

Согласно правовой позиции, выраженной Высшим арбитражным судом РФ в постановлении Пленума от 8 октября 2012 г. № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», рекламодаделец 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.

К условиям, влияющим на сумму расходов, относятся: сумма займа, срок и процентная ставка, дополнительные расходы, связанные с получением займа.

Материалами дела установлено, что рекламируемый займ для пенсионеров «с заботой о Вас» рассчитан для пенсионеров до 70 лет, 292% годовых, что составляет 0,8 % в день, сумма займа от 2000 до 15 000 рублей, срок займа до 30 дней. Данные обстоятельства подтверждаются договором денежного займа ООО МКК «Алтима Центр», Прилагаемыми о порядке и условиях предоставления ООО МКК

«Алтима Центр» потребительских займов, утвержденного управляющим ООО МКК «Алтима Центр», 24.06.2018 г.

Поскольку распространенная реклама финансовой услуги ООО МКК «Алтима Центр», направлена на формирование у потребителей желания ею воспользоваться, то существенной является не только информация, привлекательная для потребителя (0,8% в день), но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

В рассматриваемой рекламе отсутствует часть существенных условий, влияющих на сумму расходов, которую понесут заемщики, а именно срок, сумма и иные проценты, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, что противоречит требованиям пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Общие требования к рекламе установлены в статье 5 Федерального закона «О рекламе», в которой определено, что реклама должна быть достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с частью 7 статьи 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.

Согласно статье 3 Федерального закона «О рекламе» потребителями рекламы считаются лица, на привлечение внимания которых к объекту рекламирования направлена реклама (неопределенный круг лиц).

Отсутствие в рекламе какой-либо существенной части информации о рекламируемом продукте приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми финансовыми услугами.

В рассматриваемой рекламе отсутствие иные существенные условия, предоставления финансовых услуг, а именно услуг займа пенсионерам, как сумма и срок займа, что приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми финансовыми услугами, что противоречит требованиям части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Материалами дела установлено, в рекламе займа, предоставляемого ООО МКК «Алтима Центр», отсутствуют существенные условия, влияющие на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, а именно срок и процентная ставка, что указывает на нарушение требований части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

При этом, как установлено в ходе рассмотрения дела, макет рекламы имеет иные существенные условия рекламируемого займа, которые размещены на нижней части рекламного поля, исполнены мелким шрифтом.

Общие требования к рекламе установлены в статье 5 Федерального закона «О рекламе», в которой определено, что реклама должна быть достоверной.

Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно статье 3 Федерального закона «О рекламе» потребителями рекламы считаются лица, на привлечение внимания которых к объекту рекламирования направлена реклама (неопределенный круг лиц).

В соответствии с позицией ФАС России, изложенной в письме ФАС России от 13.08.2010 N АК/26483 «Об усилении контроля за рекламой финансовых услуг» 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 месторасположения), свидетельствует о недобросовестности такой рекламы.

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.

При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

То обстоятельство, что нормами Федерального закона «О рекламе» не установлен размер шрифта текста, место размещения с учетом скорости движения транспортных средств и его восприятия участниками дорожного движения, в котором должна быть приведена обязательная в силу закона информация, не свидетельствует о том, что размер шрифта, форма и способ его передачи может быть любым, поскольку, как следует из положений статьи 5 Федерального закона «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной и не должна вводить в заблуждение.

В рассматриваемой рекламе отсутствие существенных условий предоставления финансовых услуг, а именно услуг займа, влияющих на сумму расходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, формальное наличие данной информации, размещенной мелким нечитаемым шрифтом, не позволяет прочесть данную информацию из-за снега, который полностью закрыл данную информацию, что указывает на недобросовестность рекламы, приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми финансовыми услугами, что противоречит требованиям части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Учитывая, что стоимость займа складывается из суммы заемных средств, процентной ставки, срока и иных предусмотренных сторонами договора условий, антимонопольный орган пришел к выводу об отсутствии в тексте спорной рекламы части существенной информации (в частности, сроке и сумме займа), в результате чего потребитель лишается возможности получить ее в полном объеме и вводится в заблуждение относительно предлагаемых услуг (стоимости займа и расходов, необходимых для погашения рекламируемого займа), и, как следствие, квалифицировали такую рекламу в качестве ненадлежащей.

Таким образом, реклама займа ООО МКК «Алтима Центр», распространенная с 13.12.2018 г. по настоящее время с использованием рекламной конструкции, установленной возле проезжей части на тротуаре здания, расположенного по адресу г. Якутск, ул. Кирова, д.18, блок В, является ненадлежащей, поскольку нарушает требования части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

В силу статьи 3 Федерального закона «О рекламе» ненадлежащей рекламой является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Согласно части 4 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодаделец - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо. Материалами дела установлено, что рекламоделателем ненадлежащей рекламы займа ООО МКК «Алтима Центр» выступает ООО МКК «Алтима Центр». Данные обстоятельства подтверждаются материалами дела, а именно договором оказания услуг от 03.12.2018 г., актом выполненных работ к договору оказания услуг от 03.12.2019 г.), письменными и устными пояснениями ООО МКК «Алтима Центр». Согласно которым содержание рекламы определялось ООО МКК «Алтима Центр», рекламная конструкция передана ООО «ЦФО» актом от 13.12.2018 г. При этом, Общество не имело претензий к качеству и срокам выполнения работ по изготовлению рекламы.

В силу части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодаделец несет ответственность за нарушение требований, установленных статьей 5, 28 настоящего Федерального закона.

Согласно части 1 статьи 14.3 Кодекса об административных правонарушениях, нарушение рекламоделателем, рекламодателем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2-4 статьи 14.3, статьями 14.37, 14.38. 19,31 КоАП, - влечет наложение административного штрафа.

В ходе рассмотрения дела представитель ООО МКК «Алтима Центр», сообщила, что распространение рекламы прекращено, при этом, в материалы дела не представлены доказательства устранения нарушения. При таких обстоятельствах, возникает необходимость в выдаче ООО МКК «Алтима Центр» обязательного для исполнения предписания.

На основании вышеизложенного, руководствуясь частью 7 статьи 5, пунктом 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37 – 43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе, Комиссия

решила:

1. Признать рекламу займа МФО ООО «Алтима Центр», распространенную с 13.12.2018 г. по настоящее время с использованием рекламной конструкции, установленной (возле проезжей части, напротив здания «Бизнес Центра» по адресу г. Якутск, ул. Кирова, д.18, блок В, ненадлежащей, нарушающей требования части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».
2. Выдать ООО МКК «Алтима Центр» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе;
3. Материалы настоящего дела передать уполномоченному лицу для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса об административных правонарушениях,

Решение может быть обжаловано в судебном порядке в течение 3 месяцев со дня вынесения настоящего решения.