

## РЕШЕНИЕ

по делу №03-02/26-2015

08 октября 2015 года

г. Петрозаводск

Резолютивная часть решения объявлена 01 октября 2015 года.

Решение изготовлено в полном объеме 08 октября 2015 года.

Комиссия Карельского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – комиссия) в составе:

<...> – заместитель руководителя управления, председатель Комиссии;

<...> – главный специалист отдела антимонопольного контроля хозяйствующих субъектов, недобросовестной конкуренции и рекламы, член Комиссии;

<...> – ведущий специалист-эксперт отдела антимонопольного контроля хозяйствующих субъектов, недобросовестной конкуренции и рекламы, член Комиссии

рассмотрев дело №03-02/26-2015, возбужденное в отношении ООО «Авторитет» (ОГРН 1021000920808; ИНН/КПП 1006005007/100601001; юр.адрес: 186420, Республика Карелия, г.Сегежа, ул.Советская, д.6), ООО «Касса Взаимопомощи Январь» (ОГРН 1142932000386; ИНН/КПП 2902077904/290201001; 164500, Архангельская область, г.Северодвинск, ул.Ленина, д.8/49) по признакам нарушения частей 1, 3 статьи 28, части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе», Закон), в присутствии представителя ООО «Касса Взаимопомощи Январь» по доверенности <...> (доверенность от <...>№<...>) и представителя ООО «Авторитет» Кузнецовой О.В. (доверенность от 30.09.2015), в отсутствие заявителя <...>.,

### УСТАНОВИЛА:

В Карельское УФАС России поступило заявление (вх. от 17.07.2015 №3758) <...> (далее – заявитель) с просьбой провести проверку на предмет соответствия законодательства Российской Федерации о рекламе рекламы, распространенной в газете «Мой город Сегежа» от 02.07.2015 №25 (485) на стр.1, следующего содержания: «ДЕНЕЖНЫЕ ЗАЙМЫ; 0,7% в день\*; льготные условия для пенсионеров; КАССА взаимопомощи; г.Сегежа, ул. Антикайнена, д.12; Тел.: 8(81431) 44-00-2, 8-911-438-84-45; только по паспорту! Вместе в трудную минуту» (далее –

реклама, рекламный модуль).

В заявлении указано, что в рассматриваемой рекламе существенная информация, имеющая особую важность для читателей и потенциальных потребителей предлагаемой услуги выдачи займов, размещена маленькими расплывчатыми буквами внизу объявления и является нечитаемой. Указанное приводит к тому, что потребитель не может ознакомиться с содержанием рекламы и принять правильное для себя решение.

По результатам рассмотрения заявления определением от 02.09.2015 «О возбуждении дела №03-02/26-2015 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе» было возбуждено настоящее дело и назначено к рассмотрению на 01.10.2015 в 14 часов 30 минут.

Рассмотрение настоящего дела состоялось в назначенные дату и время.

Представитель ООО «Касса Взаимопомощи Январь» <...> озвучила позицию, содержащуюся в письменных пояснениях от 23.09.2015 (вх. №4952), сообщив, что при согласовании рекламного модуля с ООО «Авторитет» текст был полностью читаем и четко виден на цветовом фоне. Нечитаемость рекламного модуля в выпуске газеты «Мой город Сегежа» от 02.07.2015 №25 (485) является следствием качества печати.

В свою очередь, представитель ООО «Авторитет» <...> признала факт допущенного нарушения и сообщила, что печать газеты в соответствии с договором на выполнение полиграфических работ от 14 января 2009 года осуществляет ООО «4+4»; нечитаемость части текста рекламного модуля в газете «Мой город Сегежа» от 02.07.2015 №25 (485) произошла ввиду технического брака (смазывания текста). В настоящий момент ООО «Авторитет» приняты меры по устранению допущенного нарушения путем согласования с заказчиком нового макета рекламы (размещенная внизу рекламного модуля информация печатается черным шрифтом на белом фоне).

Проанализировав нормативно-правовую базу, заслушав пояснения сторон, комиссия пришла к следующим выводам.

Пунктом 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» определено, что реклама - это 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.

Согласно пункту 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» объект рекламирования – товар, средство индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Пунктом 2 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» предусмотрено, что под финансовой услугой понимается 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.

Рассматриваемый рекламный модуль полностью соответствуют понятию рекламы, так как круг лиц не может быть заранее определен в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования – финансовых услуг по предоставлению займов, призвана формировать и поддерживать интерес к ООО «Касса Взаимопомощи Январь» и оказываемым им услугам, способствует продвижению их на рынке.

Пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» установлено, что ненадлежащей рекламой является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В силу части 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

На основании части 7 статьи 5 ФЗ «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 части 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество).

Исходя из пункта 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 соответствии с частью 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе» установлено, что 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 Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее.

Как видно из газеты «Мой город Сегежа» от 02.07.2015 №25, представленной Заявителем, рекламный блок «Касса взаимопомощи» имеет размер 65x84мм, текст рекламного сообщения условно можно разделить на две информационные части:

- основная часть (занимает около 77% рекламной площади), написанная крупным шрифтом: «ДЕНЕЖНЫЕ ЗАЙМЫ; 0,7% в день\*; льготные условия для пенсионеров; КАССА взаимопомощи; г.Сегежа, ул. Антикайнена, д.12; Тел.: 8(81431) 44-00-2, 8-911-438-84-45; только по паспорту! Вместе в трудную минуту»;

- часть, занимающая около 23% рекламной площади, написанная мелким, трудным

для восприятия шрифтом, однозначно прочитать которую не представляется возможным даже при использовании увеличительных приборов.

Из электронного макета указанной рекламы, представленного ООО «Авторитет», следует, что часть, написанная мелким, трудным для восприятия шрифтом имеет следующее содержание: «\*Заем предоставляется наличными денежными средствами на срок до 32 дней с возможностью пролонгации при условии уплаты процентов по окончании срока займа. Размер займа составляет от 1 тыс.руб. до 35 тыс.руб. Размер процентной ставки по займу определяется в процентном отношении от размера займа и составляет в день 1% (365% годовых); для пенсионеров - 0,7% в день (255,5% годовых). Вся информация предоставляется при обращении или на сайте [www.creditcassa-January.ru](http://www.creditcassa-January.ru). Услуга предоставляется ООО «Касса Взаимопомощи Январь», регистрационный номер записи в государственном реестре МФО 651403111005304 от 30.06.2014г.»

Как следует из пункта 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (далее – постановление Пленума ВАС №58), 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 ФЗ «О рекламе»). При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Пунктом 25 постановления Пленума ВАС №58 определено, что в соответствии с частью 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе», если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита, пользованием им и погашением кредита, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, эта реклама должна содержать все остальные условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее, поскольку указание неполных сведений об условиях предоставления кредита может привести к искажению сути рекламируемой банковской услуги и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение ею воспользоваться.

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.).

Вместе с тем рекламодатель не обязан указывать конкретный размер дополнительных расходов, которые понесет заемщик, воспользовавшись рекламируемой банковской услугой. Достаточно перечисления таких расходов.

В то же время к информации, определяющей фактическую стоимость кредита, не может быть отнесена информация о неблагоприятных последствиях нарушения

договора на оказание финансовых услуг, которые может понести заемщик при неисполнении обязательства, поскольку указанные последствия не могут быть определены рекламодателем до возникновения факта нарушения соответствующих условий договора.

В соответствии с письмом ФАС России от 11.09.2012 №АК/29603, 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.

При этом то обстоятельство, что нормами ФЗ «О рекламе» не установлен размер шрифта, не свидетельствует о том, что размер шрифта может быть любым, поскольку как следует из положений статьи 5 ФЗ «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной и не должна вводить в заблуждение потребителей.

С учетом изложенного, в случае когда условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, отсутствие которой способно обмануть их ожидания, сформированные рекламой, формально присутствуют в рекламе, однако форма представления сведений такова, что данная информация не может быть воспринята потребителями, следует признать, 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 предлагаемой услуги.

Согласно частям 6, 7, 8 статьи 38 ФЗ «О рекламе», ответственность за нарушение требований части 7 статьи 5, статьи 28 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель, за нарушение требований части 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе» несет также рекламораспространитель. Рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в частях 6 и 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе», в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

Рекламодателем, согласно статье 3 ФЗ «О рекламе» является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводителем - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламораспространителем - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно имеющейся в материалах дела информации, рассматриваемый рекламный модуль размещается на основании договора на размещение рекламы и рекламно-информационных материалов в газете «Мой город Сегежа» от 15.05.2014 (далее – Договор), заключенного между ООО «Авторитет» и ООО «Касса Взаимопомощи Январь».

В соответствии с Договором (п. 1.1., п.2.1.1., п. 2.1.2.) ООО «Авторитет» принимает на себя обязательства по размещению рекламных материалов в газете «Мой город Сегежа». ООО «Касса Взаимопомощи Январь» обязуется направить ООО

«Авторитет» заказ на размещение рекламного материала в издании и представить всю необходимую информацию для изготовления оригинала - макета не позднее 18 часов понедельника, а также утвердить оригинал-макет рекламного материала в течение 2 часов с момента его представления.

Таким образом системное толкование вышеуказанных пунктов Договора позволяет признать ООО «Авторитет» рекламопроизводителем, то есть лицом, осуществившим приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму (рекламного модуля).

В силу пунктов 5, 6 и 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе», а также исходя из условий указанного выше Договора, рекламодателем указанной рекламы является ООО «Касса Взаимопомощи Январь», рекламопроизводителем и рекламодателем - ООО «Авторитет».

Учитывая положения ФЗ «О рекламе», постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», а также то, что существенная информация о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования представлена с использованием нечитаемого шрифта, искажая тем самым смысл информации и вводя Заявителя в заблуждение, можно сделать вывод, что рассматриваемая реклама не содержит наименование лица, оказывающего финансовые услуги по предоставлению займов, что говорит о наличии нарушения части 1 статьи 28, части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Кроме того, в рассматриваемой рекламе указано, что процентная ставка по предоставлению займа составляет 0,7% в день, а остальные условия, определяющие полную стоимость займа, определяемую в соответствии с Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее, отсутствуют (напечатаны мелким шрифтом). Данный факт свидетельствует о нарушении части 3 статьи 28, части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Довод ООО «Авторитет» о том, что нечитаемость текста рекламы явилась следствием плохого качества печати (смазывание текста) допущенного типографией ООО «4+4», отклоняется комиссией в силу следующего.

Как установлено из материалов дела 14.01.2009 между ООО «Авторитет» и ООО «4+4» (далее – типография) заключен договор на выполнение полиграфических работ, в соответствии с предметом которого, типография обязуется выполнять полиграфические работы по техническому производству печатной продукции (п.1.1.).

По условию пункта 3.2.1 договора на выполнение полиграфических работ, ООО «Авторитет» обязуется предоставлять для производства тиража проверенные по размерам и качеству файлы. Файлы передаются по каналу связи или предоставляются на электронном носителе информации.

Комиссией Карельского УФАС России проанализированны выпуски печатных изданий «Мой город Сегежа» за 2014-2015 годы, в которых размещен аналогичный рекламный модуль и сделан вывод о том, что нечитаемость части текста рекламы с существенной информацией внизу объявления на коричневом фоне маленькими

расплывчатыми белыми буквами не является техническим браком, допущенным типографией, а есть прямое следствие несоблюдения требований к шрифту и цветности, которые проигнорированы ООО «Авторитет» при формировании оригинал-макета рекламного модуля. В частности ООО «Авторитет» не соблюдены требования и рекомендации к передаваемым в печать материалам, которые указаны в ОСТ 29.125-95 «Газеты. Общие технические требования» представленные на сайте типографии, касающиеся текста размером менее 12 пунктов.

Вместе с тем размер шрифта рассматриваемой нечитаемой части рекламного модуля составляет примерно 5,5 пунктов, и исполнен в двух сливающихся между собой цветовых оттенках.

При таких обстоятельствах, комиссия приходит к выводу, что рекламный модуль с содержанием вышеуказанной предусмотренной законодательством информацией должен быть выполнен с учетом требований и рекомендаций ОСТ 29.125-95 «Газеты. Общие технические требования», касающихся текста размером менее 12 пунктов или рассчитан на более крупный формат рекламного модуля. Кроме того, комиссия считает, что текст рекламы, напечатанный мелким шрифтом, является нечитаемым. Ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе в данном случае должен нести рекламопроизводитель - ООО «Авторитет».

На основании изложенного, руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 №508 комиссия

#### **РЕШИЛА:**

1. Признать рекламу «ДЕНЕЖНЫЕ ЗАЙМЫ; 0,7% в день\*; льготные условия для пенсионеров; КАССА взаимопомощи; г.Сегежа, ул. Антикайнена, д.12; Тел.: 8(81431) 44-00-2, 8-911-438-84-45; только по паспорту! Вместе в трудную минуту» в части занимающей около 23% рекламного модуля «\*Заем предоставляется наличными денежными средствами на срок до 32 дней с возможностью пролонгации при условии уплаты процентов по окончании срока займа. Размер займа составляет от 1 тыс.руб. до 35 тыс.руб. Размер процентной ставки по займу определяется в процентном отношении от размера займа и составляет в день 1% (365% годовых); для пенсионеров - 0,7% в день (255,5% годовых). Вся информация предоставляется при обращении или на сайте [www.creditcassa-January.ru](http://www.creditcassa-January.ru). Услуга предоставляется ООО «Касса Взаимопомощи Январь», регистрационный номер записи в государственном реестре МФО 651403111005304 от 30.06.2014г.», размещенную в газете «Мой город Сегежа» от 02.07.2015 №25(485), ненадлежащей, как нарушившую требования части 1 статьи 28, части 3 статьи 28, части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

2. Рассмотрение дела №03-02/26-2015 в отношении ООО «Касса Взаимопомощи

Январь» прекратить в связи с отсутствием в его действиях признаков нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Предписание о прекращении нарушения ФЗ «О рекламе» ООО «Авторитет» не выдавать в связи с добровольным устранением нарушения.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Карельского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренного статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении рекламопроизводителя указанной рекламы – ООО «Авторитет».

Решение антимонопольного органа может быть оспорено в арбитражном суде в течение трех месяцев со дня вынесения решения.

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>