

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

о возбуждении дела № 014/05/28-290/2022 по признакам нарушения

законодательства РФ о рекламе

город Якутск
года

«14» марта 2022

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Саха (Якутия) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе <...> рассмотрев по собственной инициативе материалы по факту обнаружения антимонопольным органом наружной рекламы финансовых услуг обществом с ограниченной ответственностью Микрокредитная компания <...> (ОГРН <...>, ИНН <...>) (далее – ООО МКК <...>) по адресу: <...>, с текстом следующего содержания: «Отличные наличные. Займы без процентов. 0%. Деньги на любые цели до 80 000 руб. Без страховки. Нужен только паспорт. Без страховки. Решение за 15 минут. 90%. Высокий процент одобрения», с признаками нарушения части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 и части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»,

у с т а н о в и л :

14 января 2022 года Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Саха (Якутия) в рамках осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе на территории г. Якутска по адресу <...> обнаружено распространение рекламы финансовых услуг, предоставляемых ООО МКК <...>, со следующим содержанием: крупным шрифтом указана следующая информация: «Отличные наличные. Займы без процентов. 0%. Деньги на любые цели до 80 000 руб. Без страховки. Нужен только паспорт. Без страховки. Решение за 15 минут 90%. Высокий процент одобрения». При этом на нижнем крае рекламного поля мелким шрифтом размещена информация, которая не воспринимается на значительном расстоянии «Договор займа с процентной ставкой в размере 0,8% на сумму займа от 40 000,00 (сорок тысяч) до 80 000,00 (восемьдесят тысяч) рублей на срок займа от 90 до 180 дней. Полная стоимость займа 300% годовых. Платежи за пользование займом осуществляются в соответствии с графиком платежей....».

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – 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 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 Закона о рекламе определено, что 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 ООО МКК <...> по предоставлению займов гражданам.

При таких обстоятельствах, рассматриваемая информация признается рекламой и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, а именно к услугам по предоставлению займов ООО МКК <...>, формирует и поддерживает интерес к ним, способствует их продвижению на рынке.

В соответствии с пунктом 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.

В силу 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.

Из письма ФАС России от 13.08.2010 г. № АК/26483 «Об усилении контроля за рекламой финансовых услуг» следует, что в случае, если фактически условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, способной обмануть их ожидания, сформированные рекламой, представлены в рекламе мелким либо нераспознаваемым шрифтом, не читаемым 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.

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.

Недостоверной признается реклама, в соответствии с пунктом 4 части 3 статьи 5

Закона о рекламе, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

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

В соответствии со статьей 3 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.

К условиям, влияющими на стоимость кредита (займа), в частности, могут относиться условия о размере процентной ставки, сумме и сроке кредита (займа), платежах и комиссиях по операциям, а также о дополнительных расходах заемщика, связанных с получением кредита (займа) (по страхованию рисков, в том числе жизни, здоровья потенциального заемщика, нотариальному заверению документов, предоставлению обеспечения по кредитному договору или договору займа, оценке имущества, передаваемого в залог, и др.).

Поскольку распространенная реклама финансовой услуги 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 рекламой.

В рассматриваемой рекламе отсутствует часть существенных условий, влияющих на стоимость займа, что противоречит требованиям пункта 2 части 2 и части 3 статьи 28 Закона о рекламе, более того, процентная ставка в размере 0%, указанная в рекламе не соответствует действительности, что является нарушением части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

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 соответствии с позицией ФАС России, изложенной в письме ФАС России от 13.08.2010 № 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 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 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной и не должна вводить в заблуждение.

Антимонопольный орган считает, что та информация, которая обязательна к указанию в силу закона о рекламе в рекламе финансовых услуг, должна быть доступна для потребителей при ознакомлении с рекламой без специальных усилий и применения специальных средств в избранном рекламодателем способе.

Вышеизложенное свидетельствует о том, что рекламодатель намеренно вводит в заблуждение потребителя, отражает только выгодные для рекламодателя условия, сообщаются недостоверные сведения относительно стоимости займа, что противоречит требованиям Закона о рекламе.

Принимая во внимание наличие фактов, указывающих на признаки нарушения части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 и части 3 статьи 28 Закона о рекламе, руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частями 1, 2 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с подпунктом г пункта 13, пунктами 24, 25 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922,

о п р е д е л и л:

1. Возбудить производство по делу № 014/05/28-290/2022 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле, в качестве лица, в чьих действиях содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе: ООО МКК <...>, ОГРН <...>, ИНН <...>.

3. Рассмотрение дела № 014/05/28-290/2022 по существу назначить **на «31» марта 2022 г. в 16 ч. 00 мин.**, которое будет проведено удаленно по якутскому времени посредством сервиса web-видеоконференцсвязи «TrueConf», от ПАО «Ростелеком» вход в конференцию: <https://fas1.tconf.rt.ru/c/7739103983>

Явка законного представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе ООО МКК <...> либо его представителя (защитника) (с доверенностью на участие в рассмотрении дела) на рассмотрение дела № 014/05/28-290/2022 обязательна.

Лицам участвующим в рассмотрении дела № 014/05/28-290/2022 по существу, необходимо до начала рассмотрения дела направить на электронную почту to14@fas.gov.ru документы, подтверждающие полномочия лиц, участвующих в рассмотрении дела (доверенность на представителя с приложением копии документа, удостоверяющего его личность, либо копию решения об избрании законного представителя юридического лица с приложением копии документа, удостоверяющего его личность). Такие документы и информация должны быть подписаны ЭЦП, за исключением случаев ее отсутствия по уважительной причине. В случае направления Стороной документов, не подписанных ЭЦП, при рассмотрении жалобы представитель такой Стороны обязан продемонстрировать членам Комиссии Якутского УФАС России оригиналы указанных документов и в ходе своего выступления подтвердить (озвучить под аудиозапись), что копии таких документов направлены от имени этой Стороны.

При невозможности участия в режиме видеоконференцсвязи не позднее даты и времени начала рассмотрения дела по существу в электронной форме уведомить Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Саха (Якутия) (факс +7 (4112) 428046, т. 500-567, to14@fas.gov.ru).

При отсутствии возможности использования сервиса web-видеоконференцсвязи «TrueConf» участвующая в дела сторона вправе направить на адрес электронной почты to14@fas.gov.ru ходатайство о рассмотрении дела удаленно с применением любого другого программного обеспечения (Skype, FaceTime, WhatsApp и др.).

Председатель Комиссии

<...>