

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания

по делу № А16/61

об административном правонарушении

21.03.2016г.

г. Тюмень

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области <...>, рассмотрев материалы дела №А16/61, возбужденного в отношении ООО МФО «Юни-Деньги» (адрес местонахождения: 625051, г. Тюмень, ул. 30 лет Победы, д.81а, ИНН 7203333657, КПП 720301001, ОГРН 1157232006326; дата регистрации: 25.02.2015) (далее также – Общество), в присутствии представителя Общества – <...> (доверенность б/н от 11.01.2016), которому права лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, закрепленные ст.25.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ, Кодекс) разъяснены,

### УСТАНОВИЛА:

Решением Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия) от 11.12.2015г. № Р15/153-02 признана ненадлежащей реклама, размещенная на странице 4 общественно – политической газете Абатского района «Сельская новь» №81 (9956) от 10.10.2015г., следующего содержания: «ЮНИДЕНЬГИ Микрозаймы. Просто и доступно. Займы за 15 минут до 20 000 рублей без залога и поручителей Нужен только паспорт. www.uni-dengi.ru с. Абатское, ул.Ленина, д.43. Телефон единой справочной службы 8-800-200-08-38 (на территории РФ звонок бесплатный)». Ниже расположена информация мелким шрифтом, не поддающаяся прочтению, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, пункта 2 части 2, части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных [частями 2 - 6](#) настоящей статьи, [частью 4 статьи 14.3.1](#), [статьями 14.37](#), [14.38](#), [19.31](#) настоящего Кодекса, - влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Исследовав материал административного дела, установлено следующее.

ООО МФО «Юни-Деньги» был разработан рекламный макет, который был

согласован с рекламодателем.

Вышеупомянутая реклама распространялась на странице 4 общественно – политической газете Абатского района «Сельская новь» №81 (9956) от 10.10.2015г.

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе 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. Объект рекламирования – товар, средство его индивидуализации, 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.

Таким образом, указанная информация является рекламой, так как адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания потребителя к определенной финансовой услуге – займам, предоставляемым ООО МФО «Юни-Деньги».

В соответствии с пунктом 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают 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 Закона о рекламе, 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.

Согласно разъяснениям ФАС России (письмо от 31.07.2014 №АД/30890/14) порядок расчета полной стоимости потребительского кредита (займа) с приведением формулы, по которой необходимо осуществлять расчет, установлен статьей 6 Федерального закона от 21.12.2013 N 353-ФЗ "О потребительском кредите (займе)"

Исходя из части 4 статьи 6 Федерального закона «О потребительском кредите (займе)» в расчет полной стоимости потребительского кредита (займа) включаются с учетом особенностей, установленных настоящей статьей, следующие платежи заемщика:

- 1) по погашению основной суммы долга по договору потребительского кредита (займа);
- 2) по уплате процентов по договору потребительского кредита (займа);
- 3) платежи заемщика в пользу кредитора, если обязанность заемщика по таким платежам следует из условий договора потребительского кредита (займа) и (или) если выдача потребительского кредита (займа) поставлена в зависимость от совершения таких платежей;

4) плата за выпуск и обслуживание электронного средства платежа при заключении и исполнении договора потребительского кредита (займа);

5) платежи в пользу третьих лиц, если обязанность заемщика по уплате таких платежей следует из условий договора потребительского кредита (займа), в котором определены такие третьи лица, и (или) если выдача потребительского кредита (займа) поставлена в зависимость от заключения договора с третьим лицом. Если условиями договора потребительского кредита (займа) определено третье лицо, для расчета полной стоимости потребительского кредита (займа) используются применяемые этим лицом тарифы. Тарифы, используемые для расчета полной стоимости потребительского кредита (займа), могут не учитывать индивидуальные особенности заемщика. Если кредитор не учитывает такие особенности, заемщик должен быть проинформирован об этом. В случае, если при расчете полной стоимости потребительского кредита (займа) платежи в пользу третьих лиц не могут быть однозначно определены на весь срок кредитования, в расчет полной стоимости потребительского кредита (займа) включаются платежи в пользу третьих лиц за весь срок кредитования исходя из тарифов, определенных на день расчета полной стоимости потребительского кредита (займа). В случае, если договором потребительского кредита (займа) определены несколько третьих лиц, расчет полной стоимости потребительского кредита (займа) может производиться с использованием тарифов, применяемых любым из них, и с указанием информации о лице, тарифы которого были использованы при расчете полной стоимости потребительского кредита (займа), а также информации о том, что при обращении заемщика к иному лицу полная стоимость потребительского кредита (займа) может отличаться от расчетной;

6) сумма страховой премии по договору страхования в случае, если выгодоприобретателем по такому договору не является заемщик или лицо, признаваемое его близким родственником;

7) сумма страховой премии по договору добровольного страхования в случае, если в зависимости от заключения заемщиком договора добровольного страхования кредитором предлагаются разные условия договора потребительского кредита (займа), в том числе в части срока возврата потребительского кредита (займа) и (или) полной стоимости кредита (займа) в части процентной ставки и иных платежей.

Согласно пункту 25 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» 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.).

В рассматриваемой рекламе займа указаны следующие условия получения займа: максимальная сумма займа до 20 000 рублей. Остальные условия изложены не поддающимся прочтению шрифтом.

Вместе с тем, согласно Условиям предоставления, использования и возврата

займа, утвержденным Приказом Генерального директора от 18.09.2015 №17, представленного Обществом, займ предоставляется (договор займа заключается) с дееспособным физическим лицом старше 18 лет, имеющим действующий паспорт гражданина РФ, постоянное место работы и зарегистрированным (имеющим прописку) в районах присутствия дополнительных офисов Общества. Сумма займа от 1 000 (одной тысячи) рублей до 20 000 (двадцати тысяч) рублей. Срок действия договора займа 25 календарных дней, т.е. сумма займа и проценты за пользование суммой займа должны быть возвращены заемщиком единовременно через 25 дней после заключения договора займа. С 1 по 20 день (включительно) пользования займом процентная ставка составляет 365 % годовых от суммы займа. С 21 по 25 день (включительно) пользования займом – 730% годовых от суммы займа, данная процентная ставка продолжает действовать до полного погашения заемщиком кредита.

Указанные выше особенности размещения рекламы лишают потребителей рекламы возможности воспринимать ее в полном объеме, делая доступным для нормального восприятия только текст рекламы, выполненный крупным шрифтом, что в отсутствие доступных для нормального восприятия сведений о существенных условиях рекламируемого займа приводит к искажению смысла информации и вводит потребителей в заблуждение.

Формальное наличие в рекламе существенной информации об условиях займа, при ненадлежащей форме представления соответствующих сведений, не свидетельствует о соответствии рекламы требованиям законодательства о рекламе. Информация о существенных условиях выполнена столь мелким по сравнению с основным рекламным текстом шрифтом, что делает невозможным ее восприятие потребителями, которым она адресована, и вводит их в заблуждение относительно условий по рекламируемому вкладу.

Использованный в рекламном тексте шрифт своим размером и цветовой гаммой должен обеспечить нормальное восприятие потребителем всего содержания рекламной надписи, без дополнительно предпринимаемых усилий по разглядыванию какой-либо ее части.

Таким образом, в рассматриваемой рекламе нарушены требования пункта 2 части 2, части 3 статьи 28 Закона о рекламе.

Требования частей 2,3 статьи 28 Закона о рекламе напрямую корреспондирует с требованиями части 7 статьи 5 Закона о рекламе, согласно которой не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условии его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Рассматриваемая реклама ООО МФО «Юни-Деньги» направлена на формирование у потребителей желания воспользоваться предоставляемой услугой. В таком случае, существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителя такой рекламой. Тем самым, отсутствие какой-либо части информации о предоставляемых услугах не должно приводить к искажению смысла рекламы и способствовать введению в заблуждение потребителей имеющих намерение воспользоваться

рекламируемыми банковскими услугами.

Таким образом, текст, содержащий существенные условия займа, предоставляемого ООО МФО «Юни-Деньги», выполненный мелким шрифтом, остается недоступным для прочтения потребителями, а указание существенных условий в рекламе носит формальный характер и не доводится до потребителя в надлежащем виде.

В соответствии с пунктом 1 статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

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.

Как разъяснено в [пункте 28](#) постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 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 сведений или условий оказания услуг.

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 ([часть 7 статьи 5](#) Закона о рекламе).

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

Таким образом, рассматриваемая реклама не содержит таких сведений как минимальная сумма займа, сроки, процентная ставка, а, следовательно, в ней отсутствует часть существенной информации для потребителя.

Следовательно, рассматриваемая реклама содержит нарушение требований части 7 статьи 5 Закона о рекламе, а именно в ней отсутствует часть существенной информации об условиях приобретения рекламируемого товара, так как при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Таким образом, рекламная информация, размещённая на странице 4 общественно – политической газеты Абатского района «Сельская новь» №81 (9956) от 10.10.2015г., не соответствует требованиям части 7 статьи 5, частям 2, 3 статьи 28 Закона о рекламе, так как не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, и вводит в заблуждение потребителя, а также умалчивает об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые

получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица.

Согласно ч. 4 ст. 38 Закона о рекламе, нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе влечет ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Согласно ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных ч. 7 ст. 5 ч. 2, 3 ст. 28 Закона о рекламе, несет рекламодаделец.

Материалами дела №А16/61 установлено, что рекламодателем является ООО МФО «ЮниДеньги».

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных [частями 2 - 6](#) настоящей статьи, [частью 4 статьи 14.3.1](#), [статьями 14.37](#), [14.38](#), [19.31](#) настоящего Кодекса, - влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

В соответствии с частью 1 статьи 2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое настоящим Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность. Юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых КоАП РФ или законами субъектов Российской Федерации установлена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Субъектом административного правонарушения по делу № А16/61 выступает - ООО МФО «Юни-Деньги» (адрес местонахождения: 625051, г. Тюмень, ул. 30 лет Победы, д.81а, ИНН 7203333657, КПП 720301001, ОГРН 1157232006326; дата регистрации: 25.02.2015).

Таким образом, Общество, распространяя рекламу, связанную с предоставлением займа, в которой содержатся условия, влияющие на его стоимость без указания остальных условий, без части существенной информации о рекламируемом товаре, совершило административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьей 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с частью 1 статьи 2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое настоящим Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Вина ООО МФО «Юни-Деньги» состоит в том, что оно не выполнило установленных Законом о рекламе требований и не предприняло всех зависящих от него мер по

их соблюдению.

Место совершения административного правонарушения – г. Тюмень.

Время совершения административного правонарушения, установленное материалами дела, – 10.10.2015г. по 26.11.2015 г.

Дело об административном правонарушении в соответствии с ч. 2 ст. 4.1 КоАП РФ рассматривалось с учетом характера совершенного ООО МФО «Юни-Деньги» административного правонарушения, обстоятельств, смягчающих и отягчающих административную ответственность.

Доказательств малозначительности совершенного правонарушения при рассмотрении дела не установлено. Объективные обстоятельства, делающие невозможным исполнение установленных законом требований, при рассмотрении дела не установлены.

Обстоятельством, смягчающим административную ответственность, признается совершение правонарушения впервые.

На основании изложенного, учитывая характер и степень виновности лица, привлекаемого к административной ответственности, причины и условия совершения административного правонарушения, руководствуясь статьями 2.4, 14.3, 23.48, 29.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

### **ПОСТАНОВИЛА:**

1. Применить к ООО МФО «Юни-Деньги» (адрес местонахождения: 625051, г. Тюмень, ул. 30 лет Победы, д.81а, ИНН 7203333657, КПП 720301001, ОГРН 1157232006326; дата регистрации: 25.02.2015), меру ответственности в виде административного штрафа в размере **100 000 (сто тысяч)** рублей за совершение правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3. КоАП РФ.

2. Сумму штрафа надлежит уплатить по следующим реквизитам:

Наименование получателя: Управление федерального казначейства  
Министерства финансов России по Тюменской области (Тюменское УФАС России)

ИНН 7202081799, КПП 720301001

счет 40101810300000010005

банк получателя: отделение Тюмени г. Тюмень

БИК 047102001, ОКТМО 71701000

код бюджетной классификации – 161 116 26000 01 6000 140

УИН: 0319883317032100000404729 **(указывать обязательно!!!)**

Назначение платежа: «Денежные (штрафы) взыскания за нарушение

законодательства о рекламе».

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа, но не менее одной тысячи рублей, либо административный арест на срок до пятнадцати суток, либо обязательные работы на срок до пятидесяти часов.

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

Согласно статьи 31.1 КоАП 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.

Заместитель

руководителя управления

<...>