РЕШЕНИЕ

по делу № 012/05/28-46/2021

о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

Резолютивная часть решения объявлена: 22 марта 2021 года

Полный текст решения изготовлен: 02 апреля 2021 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее - Марийское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя – начальник отдела <…>,

член Комиссии – ведущий специалист-эксперт отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов <…>,

член Комиссии – ведущий специалист-эксперт отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов <…>,

рассмотрев дело № 012/05/28-46/2021, возбужденное по факту размещения наружной рекламы финансовых услуг, расположенной по адресу: РМЭ, г. Йошкар-Ола, ул. Строителей, северо-западнее, д. 11 по ул. Фестивальной, в присутствии представителя ООО РА «Волга» <…> по доверенности, представителя ИП С. <…>, представителя ООО «Честер-Инвест» <…> по доверенности

УСТАНОВИЛА:

Дело о нарушении законодательства о рекламе возбуждено по признакам нарушения части ч. 7 ст. 5, ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе, выразившегося в размещении наружной рекламы финансовых услуг, расположенной по адресу: РМЭ, г. Йошкар-Ола, ул. Строителей, северо-западнее, д. 11 по ул. Фестивальной следующего содержания:

ООО «РА Волга» в рамках рассмотрения дела факт нарушения законодательства о рекламе не признало. Дополнительно пояснило, что между обществом и ИП С. заключен агентский договор № 1 от 01.06.2018. По условиям агентского договора ИП С., как агент, обязалась вести поиск клиентов по размещению рекламы для ООО «РА Волга», а ООО «РА Волга» предоставляло ей в пользование рекламные

конструкции, на размещение которых разрешение, выданное администрацией г. Йошкар-Олы. В связи с чем, ООО «РА Волга» полагает, что рекламораспространителем является ИП С.

Кроме того, общество указало, что рекламодателем является ООО «Честер-инвест», которое заключило договор на оказание рекламных услуг с ИП С.

- об отложении рассмотрения дела № 012/05/28-46/2021 по признакам нарушения законодательства о рекламе и продлении срока рассмотрения (исх. 03-21/58 от 02.03.2021) к участию в рассмотрении дела в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе привлечена ИП С., статус ООО «Честер-инвест» изменен с заинтересованного лица на лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе.

Из письменных пояснений ООО «Честер-Инвест» указало, что общество как рекламодатель признает факт нарушения законодательства о рекламе. При этом, общество указывает, что в действиях ИП С. имеется вина, поскольку ею не исполнено требование п. 2.1.1 договора, а именно исполнитель обязался представлять заказчику мотивированное пояснение и требования о необходимости внесения изменений и (или) дополнений к макету для изготовления рекламно-информационных материалов, если его содержание не отвечает требованиям действующего законодательства о рекламе.

Из письменных пояснений ИП С. следует, что между индивидуальным предпринимателем и ООО «Рекламное агентство Волга» заключен агентский договор от 01.06.2018, по условиям которого она вправе использовать рекламные конструкции для размещения рекламы и оплачивать ООО «РА Волга» стоимость использования рекламных конструкции.

11.06.2020 по электронной почте от ООО «Честер-Инвест» поступил макет рекламной информации в, котором содержалась реклама о предоставлении ипотеки для приобретения квартир в новом жилом районе «Ясная поляна».

ИП С. полагает, что ею не нарушены требования законодательства о рекламе, поскольку в соответствии с п. 2.1.1 договора № 26 от 11.06.2020 макет был разработан обществом, а индивидуальный предприниматель лишь изготовил данный макет и разместил на баннере. Изменений в содержание макета ИП С. не вносила. Кроме того, спорная реклама была размещена только на одном рекламном баннере, который размещался непродолжительное время, сведения о том, что кто-то был введен в заблуждение и понес финансовые потери отсутствуют.

Комиссия Марийского УФАС России, рассмотрев полученные материалы и документы, письменные и устные пояснения лиц, участвующих в деле, приходит к выводу о нарушении законодательства о рекламе при распространении рассматриваемой рекламы на основании следующего.

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе реклама - 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.

Под объектом рекламирования понимают 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 (статья 3 Закона о рекламе).

Информация о финансовых услугах «Ипотека от 0,7* выгода до 500 000 р**….» является рекламой, поскольку соответствует изложенным критериям рекламы: привлекает к объекту рекламирования внимание неопределенного круга лиц (потенциальных потребителей рекламы); не содержит указания на конкретный субъект ее получения; формирует и поддерживает интерес к рекламируемой информации и продвигает ее на рынке аналогичных услуг.

Частью 7 статьи 5 Закона о рекламе установлено, что 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.

Частью 3 статьи 28 Закона о рекламе установлено, что 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.

При этом условия договора потребительского кредита (займа) установлены статьей 5 Федерального закона «О потребительском кредите (займе)».

Из Письма ФАС России от 31.07.2014 № АД/30890/14 «О рекламе финансовых услуг» следует, что, 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.

В рассматриваемой рекламе «Ипотека от 0,7*» на белом фоне мелким шрифтом размещена следующая информация «С 01.11.2019 в рамках программы «Ипотека с государственной поддержкой для семей с детьми» ставка от 0,7 % годовых на срок строительства объекта недвижимости при условии оформления страховании жизни и здоровья заемщика в аккредитованных ПАО Сбербанк компаниях (страхование обязательно при выдаче кредита). После ввода объекта недвижимости в эксплуатацию процентная ставка по кредиту составит 4,7% годовых на оставшийся срок при условии оформления страхования жизни и здоровья заемщика и 6% годовых при отказе от оформления страхования заемщика. Первоначальный взнос от 20% от стоимости кредитного жилья помещения. При отказе от сервиса «Электронная регистрация» процентная ставка увеличится на 0,3% Минимальная сумма кредита 300 тыс. рублей. Максимальный размер кредита 3 000 000р. Валюта – рубли РФ. редит предоставляется

гражданам РФ, у которых в период с 01.января 2018 до 18 марта 2023 г. родится второй или последующий ребенок, гражданин РФ. Реклама. ПАО Сбербанк. Генеральная лицензия Банка России на осуществление банковских операций № 1481 от 11.08.2015».

Однако, существенная информация (о размере ипотеки, возрасте потенциального заемщика, процентная ставка по истечении льготного периода, срок ипотеки, иное) напечатаны мелким шрифтом в нижней части информационного поля рекламной конструкции, визуально отделенного от иной информации и выполненной мелким шрифтом в отличии от шрифта, в котором указаны иные условия (ипотека от 0,7%*), что не воспринимается человеческим глазом, следовательно, прочесть и тем более уяснить указанные условия не представляется возможным.

Информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его стоимости и приобретении, качестве и потребительских свойствах.

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 полных сведений и условий приобретения товара.

То обстоятельство, что в положениях законе о рекламе не указан размер шрифта текста, не свидетельствует о том, что размер шрифта на распространяемой рекламе может быть любым. Основным условием размещения рекламы является предоставление добросовестной и достоверной информации.

По смыслу данной нормы требуется непосредственно в рекламе привести отсутствующую часть существенной информации о товаре, условиях его приобретения или использования, если приведенные в рекламе сведения, ввиду их недостаточности, порождают заблуждение потребителей рекламы. И доведение до всеобщего сведения неопределенного круга лиц существенной информации должно осуществляться способами и в форме, которые позволят каждому из круга неопределенных лиц воспринимать существенную информацию наравне с иными привлекательными для потребителей сведениями.

В случае если фактически 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 услугами, товарами.

Размещение привлекательной для потребителя информации крупным шрифтом, а менее привлекательной информации - способом, затрудняющим ее восприятие свидетельствует о недобросовестности такой рекламы.

Рассматриваемая реклама является наружной и размещена на установленном на разделительной полосе многополосной автомобильной дороги рекламном щите, при отсутствии у потребителя возможности приблизиться к рекламной конструкции, следовательно, она предназначена для относительно быстрого и

четкого осознания потребителями (пассажирами, водителями транспортных средств) предлагаемой информации, а также ее понимания и уяснения без совершения действий, направленных на специальное, длительное сосредоточенное внимание.

Вместе с тем, необходимо принимать во внимание факты, снижающие уровень восприятия информации, выполненной в рекламе мелким шрифтом: рекламная конструкция установлена вдоль автомобильной дороги; текст рекламы находится не на уровне глаз потребителя, а на определенной высоте от уровня земли, что снижает уровень восприятия информации, выполненной мелким шрифтом, даже для лица, находящегося в непосредственной близости от рекламной конструкции.

Между тем, текст существенных условий предложения (ипотека от 0,7%) выполнена крупным шрифтом по сравнению с иными существенными условиями, влияющие на стоимость ипотеки и требует значительного времени для прочтения, что невозможно по определению при движении на транспортном средстве ни в качестве пассажира, ни тем более водителя транспортного средства.

Таким образом, формальное присутствие в рекламе существенной информации, приведенной мелким нечитаемым шрифтом не свидетельствует о доведении до неопределенного круга лиц требуемой информации надлежащим образом, в связи с чем потребитель фактически не получил предусмотренную законом информацию и вводится в заблуждение относительно предлагаемой услуги.

Информация о всех существенных условиях, при соблюдении которых потребителю предоставляется ипотечный кредит на покупку жилья у строительной компании ООО «Честер-инвест» с процентной ставкой 0,7% годовых; об адресе сайта единой информационной системы жилищного строительства в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», на котором осуществляется размещение проектной декларации; о лице/лицах оказывающем финансовую услугу (ипотека); условиях, влияющих на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугой (ипотека) лица, напечатанная мелким нечитаемым шрифтом, не позволяет потребителю воспринимать данные сведения и не может рассматриваться как их наличие.

Таким образом, Марийским УФАС России установлен факт нарушения части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Закона о рекламе при распространении рекламы.

В силу части 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение части 7 статьи 5, статьи 28 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Пунктами 5, 6, 7 статьи 3 Закона о рекламе предусмотрены понятия рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя.

Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Марийским УФАС России установлено, что между ООО «Честер – инвест» и ИП С.

заключен договор № 26 от 28.09.2018, в соответствии с которым исполнитель обязуется оказывать заказчику услуги по размещению, демонстрации и монтажу рекламной информации заказчика на рекламных поверхностях. Макет рекламной информации предоставлен обществом, размещение рекламной информации оплачено ООО «Честер-инвест» в полном объеме.

ИП С. изготовила и монтировала рекламную информацию на рекламном баннере.

Следовательно, ООО «Честер-инвест» является рекламодателем, а ИП С. рекламопроиводителем.

При этом, антимонопольный орган не может согласиться с доводами ООО «Честер-инвест» о том, что нарушение антимонопольного законодательства произошло по вине рекламопроизводителя, поскольку макет рекламной информации был разработан обществом. ИП С. изменений в содержание макета не вносила.

Антимонопольным органом установлено, что в соответствии с постановлением администрации городского округа «Город Йошкар-Ола» от 05.04.2019 № 336 спорная рекламная конструкция включена в схему размещения рекламных конструкций на территории городского округа «Город Йошкар-Ола» за номером А103. Разрешение на установку рекламной конструкции выдано ООО «РА Волга». Кроме того, договор № 84 от 23.10.2017 на установку и эксплуатацию рекламной конструкции заключен между Комитетом по управлению муниципальным имуществом администрации Городского округа «Город Йошкар-Ола» и ООО «РА Волга».

Таким образом, рекламораспространителем спорной информации является ООО «РА Волга».

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Вместе с тем, Марийским УФАС России установлено, чьл рекламная информация продолжает распространяется.

Комиссия Марийского УФАС России, изучив представленные в материалы дела доказательства, считает необходимым выдать ООО «РА Волга», ИП С., ООО «Честер-Инвест» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42 - 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу финансовых услуг, расположенную по адресу: пгт. Сернур, перекресток ул. Комсомольская и ул. Конакова, без указания лица, оказывающего эти услуги, следующего содержания:

поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО «РА Волга», ИП С., ООО «Честер-Инвест» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Марийского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

Члены Комиссии