

РЕШЕНИЕ № P15/153-02

11.12.2015 г.

г. Тюмень

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии: <...>	- заместитель руководителя управления;
Члены Комиссии: <...>	- ведущий специалист-эксперт отдела КСЗ;
<...>	-ведущий специалист-эксперт отдела КСЗ,

рассмотрев дело № P15/153 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе при распространении рекламы финансовых услуг,

в присутствии: представителя ООО МФО «Юни-Деньги» - <...> (доверенность б/н от 01.10.2015г.),

УСТАНОВИЛА:

В целях осуществления государственного надзора за соблюдением рекламного законодательства, был произведен осмотр рекламы размещенной в общественно – политической газете Абатского района «Сельская новь» №81 (9956) от 10.10.2015г.

В результате вышеуказанного осмотра выявлено следующее. В общественно – политической газете Абатского района «Сельская новь» №81 (9956) от 10.10.2015г. на стр.4 размещена реклама 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.

Определением №P15/153-01 от 11.11.2015 г. по данному факту было возбуждено дело №P15/153 о нарушении законодательства о рекламе в отношении ООО МФО «Юни-Деньги».

К рассмотрению дела лицом, в действиях которого усматриваются признаки нарушения, представлены письменные пояснения.

Согласно пояснениям ООО МФО «Юни-Деньги», Общество с вменяемым нарушением не согласно. 21.09.2015г. ООО МФО «Юни-Деньги» заключило с АНО «ИИЦ «Сельская новь» договор №21 на оказание услуг по размещению рекламной информации в газете. В соответствии с п. 1.1. вышеуказанного договора, Исполнитель обязуется оказать услуги по размещению рекламной информации Заказчика в газете Сельская новь, а заказчик обязуется оплатить услуги Исполнителя. Между сторонами был согласован макет рекламы, необходимый к размещению в котором содержались все условия, определяющие полную стоимость займа. Однако, Исполнитель разместил в своей газете рекламу, часть которой не читается, не известив (не уведомив) об этом Заказчика – ООО МФО «Юни-Деньги». Обществом в адрес АНО «ИИЦ «Сельская новь» 01.12.2015 г. направлена претензия, однако, ответ на нее не получен.

В ходе рассмотрения дела, представитель ООО МФО «Юни-Деньги» письменные доводы поддержал в полном объеме.

Комиссия, исследовав материалы дела, документы представленные лицом, в действиях, которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, заслушав доводы представителей, пришла к следующим выводам.

Согласно статье 3 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006 г. «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), рекламой является 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, 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; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот; ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Согласно Международному кодексу рекламной практики под потребителем рекламы понимается «любое лицо, которому адресуется реклама или которого она сможет достичь, вне зависимости от того, является ли оно конечным потребителем, торгующим субъектом или пользователем». Экономической целью размещения рекламы, является продвижение и продажа товара (работ, услуг) оптовому покупателю и конечному потребителю.

Таким образом, рассматриваемая информация является рекламой, поскольку отвечает всем требованиям, предъявляемым к рекламе.

Комиссия при рассмотрении дела учитывает, что законодательство о рекламе не содержит понятия финансовой услуги и финансовой организации. Соответственно, для положений Закона о рекламе возможно применение понятий и терминов, установленных в Федеральном законе №135-ФЗ от 26.07.2006 г. «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции).

Однако, Закон о рекламе является нормативным актом, содержащим нормы, специальные по отношению к положениям антимонопольного законодательства. Соответственно, в случае возможности применения к одним и тем же правоотношениям норм общего и специального законодательства, подлежат применению именно специальные нормы Закона о рекламе.

Так, согласно пункту 2 статьи 4 Федерального закона «О защите конкуренции» № 135-ФЗ от 26.07.2006 г., 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.

Согласно пункту 6 статьи 4 Закона о защите конкуренции, финансовая организация - хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги, - кредитная организация, профессиональный участник рынка ценных бумаг, организатор торговли, клиринговая организация, микрофинансовая организация, кредитный потребительский кооператив, страховая организация, страховой брокер, общество взаимного страхования, негосударственный пенсионный фонд, управляющая компания инвестиционных фондов, паевых инвестиционных фондов, негосударственных пенсионных фондов, специализированный депозитарий инвестиционных фондов, паевых инвестиционных фондов, негосударственных пенсионных фондов, ломбард (финансовая организация, поднадзорная Центральному банку Российской Федерации), лизинговая компания (иная финансовая организация, финансовая организация, не поднадзорная Центральному банку Российской Федерации).

Таким образом, согласно Закону о защите конкуренции, под финансовую услугу подпадают конкретные услуги, прямо указанные в данном определении, а также иные услуги, связанные с привлечением, размещением денежных средств, но только в случае, если они оказываются финансовой организацией. При этом перечень финансовых организаций содержится в пункте 6 статьи 4 Федерального закона «О защите конкуренции». Данный перечень является закрытым.

В соответствии с выданным Центральным банком Российской Федерации свидетельством от 25.05.2015 ООО МФО «Юни-Деньги» зарегистрировано в государственном реестре микрофинансовых организаций за N 651503471006494.

Согласно [пункту 6 статьи 4](#) Федерального закона от 26.07.2006 N 135-ФЗ «О защите конкуренции», микрофинансовая организация является финансовой организацией.

Кроме того, само содержание спорной рекламы подтверждает ее направленность на привлечение внимания потенциальных заемщиков. Таким образом, в рекламе предложены финансовые услуги по предоставлению займов.

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 одновременно 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.

Кроме того, исходя из понятия рекламы, реклама предназначена для распространения среди неопределенного круга лиц, в связи, с чем вся информация, включая обязательные к указанию сведения, должна быть доступной потребителю при ознакомлении с рекламой без специальных усилий и применения специальных средств.

То обстоятельство, что нормами Закона о рекламе не установлен размер шрифта, не свидетельствует о том, что размер шрифта 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 потребителя.

Указание в рекламе существенной информации о рекламируемом товаре, об условии его приобретения или использования является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей.

Указанные нормы права приняты в интересах потребителя с целью формирования у него правильного (неискаженного и относительно полного) представления о рекламируемом объекте (услуге).

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.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5, частями 2,3 статьи 28 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержания лицо.

Согласно договору №21 от 21.09.2015г., платежному поручению №263 от 24.09.2015, счету №412 от 24.09.2015г., ООО МФО «Юни-Деньги» является лицом, оплатившим и принявшим услуги по размещению рассматриваемой рекламы в общественно – политической газете Абатского района «Сельская новь» №81 (9956) от 10.10.2015г. на стр.4, а следовательно, является

рекламодателем.

Согласно части 4 статьи 38 Закона о рекламе нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламодистрибрителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу, размещенную на странице 4 общественно – политической газете Абатского района «Сельская новь» №81 (9956) от 10.10.2015г., ненадлежащей, 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».

2. Выдать ООО МФО «Юни-Деньги» предписание о прекращении нарушений законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Тюменского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме _____ года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель
комиссии:

<...
>

Члены
комиссии:

<...
>

ПРЕДПИСАНИЕ № Р15/153-03

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе

11.12.2015г.

г. Тюмень

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии: <...>

-заместитель руководителя
управления;

Члены Комиссии: <...>

- ведущий специалист-эксперт,

<...>

- ведущий специалист-эксперт,

на основании своего решения №Р15/153-02 от 11.12.2015г. по делу № Р15/153 о признании рекламы ООО МФО «Юни-Деньги», размещенной на странице 4 общественно – политической газете Абатского района «Сельская новь» №81 (9956) от 10.10.2015г, ненадлежащей, 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»,

и в соответствии с частью 2 статьи 33 Закона о рекламе, пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

<...
>

1. ООО МФО «Юни-Деньги», **в десятидневный срок с момента получения настоящего предписания**, устранить нарушение части 7 статьи 5, пункта 2 части 2, части 3 статьи 28 Федерального закона от 13 марта 2006 года №38-ФЗ «О рекламе», а именно: прекратить размещение рекламы финансовых услуг не содержащей части существенной информации о рекламируемом товаре, умалчивающей об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которую получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

2. **В 5-дневный срок с момента исполнения настоящего предписания** представить в Тюменское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе, Тюменское УФАС России в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях вправе наложить штраф на должностных лиц в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Председатель комиссии

<...>

Члены комиссии

<...>

<...>