

## РЕШЕНИЕ

по делу № 033/05/5-436/2022

Решение в полном объеме изготовлено 02 августа 2022 года  
Резолютивная часть оглашена 29 июля 2022 года

г. Владимир.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Владимирской области (далее – Владимирское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

«...» – председатель Комиссии (врио руководителя Владимирского УФАС России),

«...» – ведущий специалист - эксперт отдела антимонопольного контроля торгов и органов власти, член Комиссии;

«...» – главный специалист - эксперт отдела антимонопольного контроля торгов и органов власти, член Комиссии,

в присутствии лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

- представитель КПК «Сберкредиткасса» на основании доверенности от 28 мая 2022 «...»;

рассмотрев имеющиеся материалы о проверке на соответствие нормам законодательства Российской Федерации о рекламе, рекламного объявления, размещенного в газете «Районка, 21 век» № 9 от 10 марта 2022г на стр. 12 рекламного объявления следующего содержания: «кредитный потребительский кооператив «Сберкредиткасса» займы на потребительские нужды г. Вязники, ул. Ленина, д. 53, 2-63-03» с нечитаемой информацией об условиях займа.

установила:

Владимирским УФАС России 06 июля 2022 г. установлен факт распространения в газете «Районка, 21 век» № 9 от 10 марта 2022г на стр. 12 рекламного объявления следующего содержания: «кредитный потребительский кооператив «Сберкредиткасса» займы на потребительские нужды г. Вязники, ул. Ленина, д. 53, 2-63-03» с нечитаемой информацией об условиях займа.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 ФЗ "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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 ФЗ "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.

Рассматриваемая информация в соответствии с пунктом 1 статьи 3 ФЗ "О рекламе" является рекламой, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формированию или поддержанию интереса к нему и его продвижению на рынке (далее - рассматриваемая реклама).

Объектом рекламирования в указанной рекламе является финансовая услуга займов на потребительские нужды.

В соответствии с частью 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.

В рассматриваемой рекламе информация выполнена мелким шрифтом, нечитаемым без использования специальных средств.

Рассматриваемая реклама распространялась с признаками нарушения требований части 7 статьи 5 ФЗ "О рекламе", поскольку существенная информация о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения и использования является не читаемой без использования специальных технических средств.

В частности, не поддается прочтению информация об условиях займов на потребительские нужды.

Федеральный закон "О рекламе" не регламентирует минимально допустимый размер шрифта, что в свою очередь не свидетельствует о том, что размер шрифта может быть не читаемым при прочих равных. Основным условием размещения рекламы является предоставление добросовестной и достоверной информации (ч. 1 ст. 5 ФЗ "О рекламе").

Необходимо учитывать, что рассматриваемая реклама содержит сочетание информации, выполненной различным шрифтом, и имеющей различное расположение на рекламном поле.

В соответствии с пунктом 28 Постановления Пленума ВАС РФ 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 предупреждающих надписей, обязательных 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 Федерального закона N 38-ФЗ). При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Совокупность указанных особенностей распространения рекламы, лишает возможности потребителей получить полный текст рекламы, делая доступным только основной текст, в котором указано: займы на потребительские нужды.

ФЗ "О рекламе" и иные нормативные правовые акты не содержат указания на минимально допустимый размер шрифта в рекламе, гарантирующий прочтение такой рекламы любым потребителем. Кроме того, отсутствует утвержденная методика определения читаемости или не читаемости шрифта, которым исполнена реклама. При таких обстоятельствах, оценка доступности текста рекламы для восприятия всегда будет носить субъективный характер.

Несмотря на формальное наличие в рекламе информации об условиях приобретения товара, услуги, форма предоставления данных сведений такова, что они не воспринимаются потребителями и фактически в рекламе отсутствуют, соответственно потребители вводятся в заблуждение о существенных условиях приобретения товара или услуги.

Таким образом, рассматриваемая реклама распространялась с признаками нарушения требований части 7 статьи 5 ФЗ "О рекламе".

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 ФЗ "О рекламе", рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Установлено, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является Кредитный потребительский кооператив «Сберкредиткасса».

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ "О рекламе" рекламодаделец несет ответственность за нарушение требований, установленных, в том числе части 7 статьи 5 "О рекламе".

Руководствуясь [частью 2 пункта 1 статьи 33](#), [частью 1 статьи 36](#) Федерального закона "О рекламе" и в соответствии с пунктами 42 - 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

решила:

1. Признать рекламное объявление, размещенное в газете «Районка, 21 век» № 9 от 10 марта 2022г на стр. 12 рекламного объявления следующего содержания: «кредитный потребительский кооператив «сберкредиткасса» займы на потребительские нужды г. Вязники, ул. Ленина, д. 53, 2-63-03» с нечитаемой информацией об условиях займа., **ненадлежащим** и нарушающим требования ч.7 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38 –ФЗ "О рекламе".

2. Предписание об устранении нарушения законодательства о рекламе не выдавать.

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

Председатель Комиссии

«...»

Члены Комиссии

«...»

«...»