

ФАКТЫ НАЛИЦО

Бинокль для заемщика

Все чаще поводом для судебных разбирательств становится мелкий шрифт на носителях информации. С материалами арбитражных процессов познакомился **Вячеслав Кузьмин**

Чтение текста всевозможных этикеток, инструкций, кредитных договоров, рекламных щитов превратилось в последнее время в занятие не для слабонервных и вызывает у потребителей бурю эмоций. Судите сами. С экрана телевизора специалист предупреждает о вреде различных добавок с литерой «Е» и генетически модифицированных организмов, вы берете в руки товар, пытаетесь найти соответствующие сведения на этикетке и... с досадой ставите упаковку обратно на стеллаж. Часть текста напечатана таким мелким шрифтом, что даже с лупой его не всегда удастся прочесть.



ФОТО НИКОЛАЯ ЧЕРКАСОВА

К такой же ловушке прибегают некоторые производители и торговцы, чтобы ввести покупателя в заблуждение по поводу репутации и технологии изготовления отдельных продовольственных товаров. Скажем, на этикетке напечатано крупным шрифтом «Сок.100 процентов», а внизу еле различимо — «Изготовлен из концентрированного сока». То есть сначала из действительно натурального сока был изготовлен концентрат, в результате чего часть полезных веществ исчезла, а затем этот концентрат был разбавлен водой. В «Говяжьим бульоне на косточке» — ни косточки, ни следов говядины, но продавцы будут уверять, что обмана тут нет, потому что мы не прочитали этикетку до конца. Микроскопическим шрифтом на ней приводятся сведения об ингридиентах, имитирующих натуральные продукты, из чего якобы мы должны догадаться, что самих натуральных ингредиентов и быть не должно.

На прошедшем минувшей весной в Липецке координационном совете по защите прав потребителей прозвучало предложение инициировать процесс в суде общей юрисдикции по фактам подобного рода. Пусть на этом процессе привлеченные в качестве экспертов окулисты дадут свое заключение, сколько читаемы некоторые этикетки. Если удастся выиграть тяжбу, то, опираясь на созданный прецедент, можно будет развернуть решительную борьбу с засильем мелких шрифтов.

Между тем в арбитражных судах страны такие процессы идут вовсю. Фигурантами громких дел оказываются компании, рекламирующие приобретение товаров в кредит таким образом, что сведения о существенных условиях кредитования невозможно бывает прочесть из-за мелкого шрифта текста. Их оппонентами являются сотрудники антимонопольной службы. Именно они возбуждают дела об административном правонарушении и накладывают штрафы на нарушителей Федерального закона «О рекламе» — на лугавые компании, а те пытаются обжаловать санкции в суде.

Решительные действия антимонопольщики актуальны. Ведь попытки обхитрить заемщиков, угловорить их с помощью обмана взять кредит оборачи-

ваются для некоторых семей серьезными материальными проблемами. Если купив «Сок. 100 процентов», вы всего лишь подосаждаете, что недополучили микроскопическую дозу полезных веществ и не ощутили вкуса натурального продукта, то луповка со шрифтом в финансовой сфере способна посадить человека на денежную мель. Известны случаи, когда, не прочитав в кредитном договоре текст, изложенный мелким шрифтом, заемщик решает воспользоваться рекламируемой услугой, а затем получает из банка извещение об астрономической задолженности. Только тут выясняется, что микроскопическими буквами извещалось о всевозможных накрутках, не зная о которых, доверчивый человек оказался в долговой яме.

Именно такой исход старалось предупредить управление Федеральной антимонопольной службы по Ростовской области, оштрафовав на 100 тысяч рублей местного рекламодателя. Поводом стала информация, размещенная в людном месте Ростова. На щите аршинными буквами было написано: «100 000 за 15 минут! А что тянуть? Дают — бери! Без ежемесячной комиссии». А в уголке мелко — условия кредитования. Рекламодатель оспорил штраф, однако Федеральный арбитражный суд Северо-Кавказского округа признал его законным.

Похожий инцидент случился в столице. Московское управление ФАС оштрафовало на 100 тысяч рублей компанию, поместившую в супермаркете крупным шрифтом информацию: «Суперкредит на все группы товаров, 0 процентов — первый взнос, 0 процентов переплаты, 24 месяца». Шрифт же условий кредитования оказался на порядок меньше, хотя в них сообщалось о весьма важных вещах. Например, о том, что на обещанную аршинными буквами полную компенсацию процентной ставки рассчитывать не следует. Накануне компания попробовала оспорить штраф, но Арбитражный суд Москвы признал его законным.

Эти и другие факты побудили провести в августе прошлого года на одном из сайтов Интернета онлайн-конференцию. Представитель одного из банков попытался оправдать своих коллег, прибегающих к нечестным рекламным приемам. Мол, их действия — вовсе не

луповка, а мера вынужденная, так как баннер не может быть безразмерным. Поэтому якобы и невозможно весь текст дать крупным шрифтом. Печать же часть информации мелкими буквами в кредитном договоре побуждает необходимость экономить бумагу. Кризис, мол, заставляет экономить даже на этом. Оппоненты возразили: бережливость уместна, когда она не затрагивает интересы заемщика. Если же без лупы невозможно прочесть условия кредитного договора, то налицо пренебрежительное отношение к клиентам, которое ведет к социальной напряженности в отношениях между заемщиками и банками.

Выводы из этого обмена мнениями, однако, не были сделаны. Рекламные трюки со шрифтами продолжались. Совсем недавно, в мае, один из таких случаев стал предметом разбирательства в Арбитражном суде Липецкой области. Фабрика дела такова. Управление Федеральной антимонопольной службы России по Липецкой области провело выездную проверку, в ходе которой выявило факт недобросовестной рекламы. На Петровском спуске в Липецке рядом с проезжей частью была установлена конструкция размером три на шесть метров, на которой очень крупно была начертана следующая фраза (привожу ее в той орфографии, в которой она была помещена на щите): «Для продуктов стоимостью свыше 15000 руб. от 0 процентов первоначальный взнос 24 месяца срок действия акции с 09.06.2011 до 21.06.2011 Русский Стандарт Банк 0 процентов Кредит без переплат...». Рядом был изображен логотип «Samsung» по цене 16999 рублей. А в нижней правой части — нечитаемый, по мнению участника выездной проверки, текст, так как без бинокля рассмотреть его оказалось невозможно. Предположительно это были условия кредитования, что позже представители московского ООО «Media-Markt-Satur» подтвердили.

Вас не покорило, что в тексте, приведенном крупным шрифтом, не представлены запытые и что рекламодатель заставил нас гадать, кто же предоставляет кредит — широко известный банк «Русский стандарт» или неведомо откуда взявшийся его конкурент «Русский Стандарт Банк».

Появление на полках наших магазинов рядом с «Липецкой водой» бутылки с надписью на этикетках «Вода «Липецкая» приучило с уважением относиться к кавычкам, манипулируя которыми производитель надеется, что невнимательный покупатель по ошибке примет малоизвестную марку за раскрученную.

Но к запятым липецкие антимонопольщики претензий не имели. Нарушение Федерального закона «О рекламе» они усмотрели в том, что едва ли самая важная часть информации об условиях кредитования оказалась нечитаемой с того расстояния, с которого рекламный щит обзорают проезжающие по трассе. Нельзя же все время требовать, чтобы они обзавелись биноклями. Да еще и останавливались у щита, так как за то время, за которое автоматыны проезжают это место, даже крупную часть текста едва удастся прочесть.

Именно эти соображения легли в основу постановления управления ФАС по Липецкой области, согласно которому московское ООО «Media-Markt-Satur» было оштрафовано на 100 тысяч рублей. Названное общество с ограниченной ответственностью почитало, что наказано незаслуженно. И 2 апреля обратилось в Арбитражный суд Липецкой области с иском о признании в котором потребовало признать штраф незаконным.

И не случайно привел текст рекламного объявления в том виде, в котором оно было помещено на щите. Обратили внимание на звездочку в конце рекламной фразы? Именно она стала на суде одним из аргументов, с помощью которых истцы пытались доказать свою правоту. Мол, каждый, кто проезжает по трассе, взглянет на эту звездочку и поймет, что в нижней части плаката напечатаны условия кредитования. Условия же эти якобы... вполне читаемые.

Возникает вопрос: зачем действительно читаемые, то есть тогда звездочка? Что касается читаемости мелкого текста, то ответчик предвидел этот довод истца и принес на процесс фотографию, которая была представлена на обозрение. Крупная рекламная фраза видна хорошо, а вот то, что написано в нижней части щита, действительно разобрать невозможно.

У истца оставался еще один аргумент: размер шрифта рекламных объявлений не оговорен в Федеральном законе «О рекламе». Ответчик возразил: да, не оговорен, но сказано, что реклама должна быть добросовестной, а можно ли назвать ее таковой, если существенные сведения удаляются от потребителей.

Аргументы обеих сторон тщательно проанализированы Арбитражным судом. В принятом им решении, в частности, говорится, что отсутствие в Федеральном законе «О рекламе» требований к размеру шрифта не означает правомерность и возможность размещения нечитаемой информации.

В подтверждение того, что правильно расставленные кавычки в названии организации мелочью не являются, в решении отмечено, что в силу части 1 ст. 54 Гражданского кодекса Российской Федерации каждое юридическое лицо имеет наименование, содержащее указание на его организационно-правовую форму. Следовательно, именно в таком виде — с указанием организационно-правовой формы, зафиксированной при регистрации, — и должно приводиться оно в рекламном объявлении. Любое искажение вводит потребителя в заблуждение. Исходя из сказанного, набор слов «Русский Стандарт Банк» суд не признал названием кредитующей организации. В судебном решении так прямо и сказано, что анализируемая реклама не содержит сведений о лице, предоставляющем услугу по кредитованию.

Отсутствуют, как говорится далее в решении, и сведения о существенных условиях, влияющих на фактическую стоимость кредита и расходы потребителя, желающего им воспользоваться. Была оспорена мелким шрифтом информация таковыми сведениями не признана.

Исходя из сказанного, Арбитражный суд Липецкой области отказал в удовлетворении искового заявления московскому ООО «Media-Markt-Satur». Постановление Управления Федеральной антимонопольной службы России по Липецкой области о наложении на данное общество с ограниченной ответственностью штрафа в размере 100 тысяч рублей оставлено в силе.

В продолжение темы

Когда статья была уже подготовлена к печати, стало известно о решении Арбитражного суда Липецкой области по иску московского ООО «МЕТРО Кэш энд Керри». Это общество с ограниченной ответственностью разместило на рекламной конструкции на площади Плеханова в г. Липецке объявление, состоящее из двух частей. Крупная верхняя часть гласила: «ПОКУПКИ ЗА НАШ СЧЕТ! Участвуйте в акции!». Дело в доверии МЕТРО». А ниже мелким, нечитаемым невооруженным глазом шрифтом приводились сведения о том, что данная акция представляет из себя стимулирующую лотерею, в которой лотерейными билетами являются купоны. Но выдаются они не просто так, а при покупке на сумму свыше 4000 рублей. Далее тем же шрифтом следовала информация о прочих правилах проведения мероприятия и его организаторе. Как видим, о покупке за счет фирмы в прямом смысле этого слова говорить не приходится. Надо сначала купить товар на крупную сумму за свой счет и получить купон, а выиграет ли он или нет — дело случая. Сотрудникам Управления Федеральной антимонопольной службы России по Липецкой области удалось прочесть текст в нижней части рекламной конструкции лишь после того, как они его сфотографировали, а затем многократно увеличили снимок. Было возбуждено дело об административном правонарушении, при рассмотрении которого на столичное ООО наложено штраф в 100 тысяч рублей. «МЕТРО Кэш энд Керри» просило Арбитражный суд Липецкой области отменить штраф. Однако в удовлетворении этого искового заявления было отказано. Штраф обществу придется уплатить.

Тем временем

Пресс-служба Липецкого УФАС России сообщила в редакцию «Юрфакса» о новом выявленном факте нарушения Федерального закона РФ «О рекламе». По одному из телеканалов было распространено объявление, в котором говорилось: «ВВП — военно-промышленный банк. Ваш персональный банк. Весеннее предложение. Всем вкладчикам — блендер в подарок! У нас растут ставки по вкладам!!! Ставки выросли + подарки 11,5 процента годовых на вклады от 1000 рублей, а также блендер в подарок всем вкладчикам. Выгоды застрахованы...». В тексте, выполненном буквами маленького размера, содержалась информация о блендере. Однако в доступной для восприятия рекламе нет ни слова о том, что блендер выдается в подарок при сумме вклада от 99 тысяч рублей. Тем самым вкладчики вводятся в заблуждение. Кроме того, отсутствует другая важная информация, которая обязательно должна доводиться до общего сведения населения вместе с теми сведениями, которые распространяются. Перечисленные факты стали поводом для возбуждения еще одного дела об административном правонарушении.

НА ВСЯКИЙ СЛУЧАЙ

Безопасность В случае угрозы теракта

При получении информации о готовящихся террористических актах, обнаружении подозрительных предметов, взрывчатых веществ и взрывных устройств необходимо незамедлительно сообщить по телефону: 02, 27-24-80.

В ходе разговора с сотрудником полиции: — сообщите как можно больше информации о подозрительном лице, транспорте или предмете; — попытайтесь следить за подозреваемым или транспортным средством с безопасного расстояния и передайте эту информацию сотруднику полиции. До приезда оперативных служб нельзя прикасаться к подозритель-

ным предметам, оказывать на них какое-либо воздействие (осветлять, разговаривать вблизи по сотовым телефонам, пользоваться электроприборами и т.п.).

Удалитесь на максимально возможное безопасное расстояние (выйдите из здания, помещения).

Оповестите об угрозе террористического акта других граждан, оказавших им помощь в эвакуации.

По возможности ограничьте доступ граждан и транспорта на территорию опасной зоны.

После прибытия сотрудников правоохранительных органов сообщите известную вам информацию и выполняйте все их требования.

УМВД России по Липецкой области обращается с просьбой ко всем гражданам спокойно относиться к проверке документов, досмотру личных вещей и автотранспорта сотрудниками полиции.

Помните, что ваша проявленная бдительность, своевременно переданное сообщение и умелые действия помогут предотвратить совершение преступления и сохранить вашу жизнь и жизнь других людей.

В случае угрозы теракта звоните по телефонам: **02; 27-24-80**

«Телефон доверия» областного Управления Федеральной службы по контролю за оборотом наркотиков

25-27-25

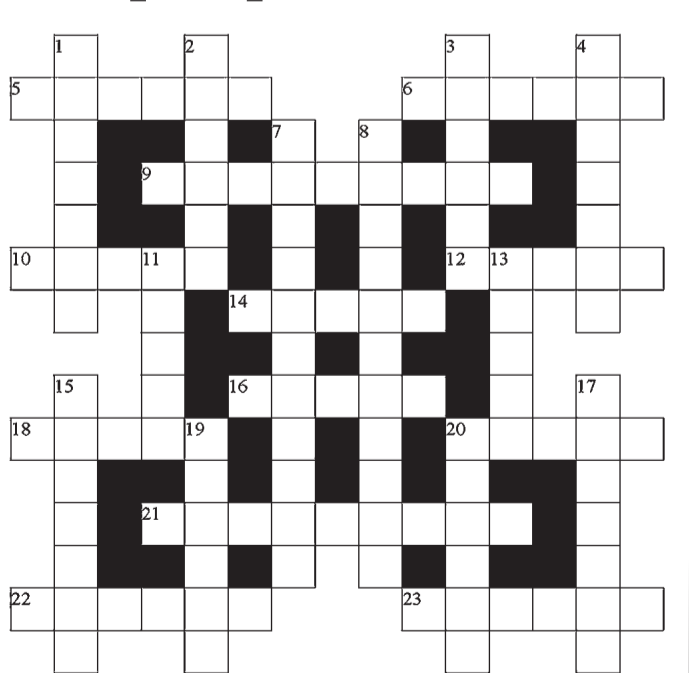
«Телефон доверия» Следственного управления СК России по Липецкой области

35-88-05

КРОССВОРД

Сыщик с Бейкер-стрит

■ По горизонтали: 5. Посредник при заключении сделки. 6. Разговор, где третий лишний. 9. Плата за работу по найму. 10. Милая старушка, раскрывающая кровавые преступления в романах Агаты Кристи. 12. Синоним руководителя. 14. Город в Швейцарии с крупнейшими банками. 16. Кусочек от Липецкой области. 18. Какой металл используют при изготовлении бронеплит? 20. Жадный брат Али-Бабы. 21. Уголовный элемент. 22. Оружие из «Левого марша» Владимира Маяковского. 23. Бог — покровитель древнегреческих алкашей.



По вертикали: 1. Главный «курорт» Кольмского края. 2. Он освободил Прометея, укротил Церберу, победил Антея. 3. Чудовище, сыгранное Арнольдом Шварценеггером в фильме «Терминатор». 4. Преднамеренная порча посевов. 7. Независимый... на выборах. 8. Отчаянный, ни перед какой опасностью не останавливающийся человек (разг.). 11. Ударный метод воспитания. 13. Час распылять у наркомана. 15. Доктор Ватсон как жизнеинициатор сыщика Холмса. 17. Советский

дипломат, подписавший Брестский мир. 19. Беспардонный хам. 20. Общій спад экономики, способ-

ствующий росту безработицы и преступности. Составил Михаил КОВАЛЕВ.

Ответы на кроссворд, опубликованный в номере за 14 июля: По горизонтали: 5. Мадера. 6. Пьетет. 9. Опричнина. 10. Солдат. 12. Ересть. 14. Шильер. 16. Армен. 18. Добро. 20. Свита. 21. Солдатор. 22. Притон. 23. Болото. По вертикали: 1. Парашют. 2. Круше. 3. Личное. 4. Резерв. 7. Мизантроп. 8. Интервенция. 11. Таур. 13. Рукав. 15. Ломбард. 17. Отплата. 19. Оговор. 20. Сторож.