

РЕШЕНИЕ
по делу № РЦ.08.12.35

Комиссия ФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

<...>,

рассмотрев дело № РЦ.08.12.35 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы финансовых услуг ОАО КБ «Стройкредит» на станции метро Баррикадная г. Москва в апреле-мае 2012 года,

в присутствии представителей:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе (рекламодатель):

ОАО КБ «Стройкредит» (адрес: ул. Большая Андроньевская, д. 17, г. Москва, 109544, ИНН 7744003511, ОГРН 1037711012525), <...> (доверенность № 162/ю от 18.04.2012),

УСТАНОВИЛА:

На стенах тоннеля эскалаторного схода на станции метрополитена Баррикадная в г. Москве в апреле-мае 2012 г. размещались два щита с рекламой финансовых услуг ОАО КБ «Стройкредит» (далее – Банк) с информацией о кредите по ставке от 14 % и вкладах по ставке 11,25 %.

С рекламой финансовых услуг на данных щитах могут ознакомиться только пассажиры, находящиеся на эскалаторе. При этом расположение щитов с рекламой ОАО КБ «Стройкредит» на стенах туннеля не позволяет пассажирам, находящимся в вестибюлях метрополитена, ознакомиться с рекламной информацией.

В соответствии с частью 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федерального 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.

В соответствии с пунктом 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» в рекламе финансовых услуг не допускается умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

Согласно части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита, пользованием им и погашением кредита, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заёмщика и влияющие на неё.

На рекламном щите с рекламой финансовой услуги под условным названием кредит по ставке от 14 % крупным шрифтом указано:

«ЧТО? НАЛИЧНЫЕ! ГДЕ? В БАНКЕ! КАК? БЫСТРО! В кредит на любые цели от 14 %*. Банк СТРОЙКРЕДИТ». Указан телефон и адрес Банка.

В нижней части рекламного щита указана информация с условиями предоставления кредита, где мелким шрифтом сообщались иные условия, влияющие или определяющие стоимость кредита и расходы по нему.

Сумма расходов, которую понесут потребители, получившие кредит, формируется из тех выплат, которые осуществит заёмщик по кредитному договору в течение срока, на который выдан кредит, исходя из суммы кредита.

К условиям, определяющим стоимость кредита для заёмщика, относятся сумма кредита, срок кредитного договора, процентная ставка, единовременные и периодически взимаемые платежи, а также иные условия, если их включение в кредитный договор может повлиять на сумму денежных средств, которую заёмщик должен выплатить кредитору по кредитному договору.

В рекламе данного кредита выделено крупным шрифтом наиболее привлекательное для потребителей условие – процентная ставка от 14 % годовых. Данная процентная ставка может восприниматься потребителями, находящимися на эскалаторе, без затруднений.

Вместе с тем движение эскалатора не позволяет пассажирам ознакомиться с иными условиями, изложенными в рекламе мелким шрифтом, и соответственно, данные условия не доводятся до сведения потребителей в условиях движения на эскалаторе.

Указание в рекламе кредита по ставке от 14 % лишь отдельного условия кредита само по себе не позволяет потребителю, проявляющему интерес к рекламируемой услуге, получить достаточные сведения о данной услуге, что способствует формированию у него неверных представлений о сумме денежных средств, расход которой потребует для пользования рекламируемым продуктом.

На рекламном щите с рекламой финансовой услуги под условным названием вклады 11,25% крупным шрифтом размещена следующая информация:

«ВЕСНА! ДЕНЬГИ В РОСТ! ВКЛАДЫ – 11,25 %*. Банк СТРОЙКРЕДИТ». Указан телефон и адрес Банка.

В нижней части рекламного щита указана информация с условиями предоставления вклада, где мелким шрифтом сообщались иные условия, влияющие или определяющие стоимость вклада.

В рекламе данного вклада выделено крупным шрифтом наиболее привлекательное для потребителей условие – процентная ставка 11,25% годовых. Данная процентная ставка может восприниматься потребителями, находящимися на эскалаторе, без затруднений.

Вместе с тем движение эскалатора не позволяют пассажирам ознакомиться с иными условиями, изложенными в рекламе мелким шрифтом, и соответственно, данные условия не доводятся до сведения потребителей в условиях движения на эскалаторе.

При этом вся необходимая и требуемая по закону информация должна доводиться непосредственно в рекламе с тем, чтобы обеспечить возможность потребителю с ней ознакомиться, так как она может существенно повлиять на его выбор.

С учётом изложенного в случае, когда условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, отсутствие которой способно обмануть их ожидания, сформированные данной рекламой финансовой услуги Банка, формально присутствовали в рекламе, однако форма представления сведений такова, что данная информация не может быть воспринята потребителями, следует признавать, что данные сведения не были доведены для неопределённого круга лиц надлежащим образом, в связи с чем потребитель фактически не получил предусмотренную законом информацию и вводится в заблуждение относительно предлагаемой финансовой услуги.

Следовательно, выполненные мелким нечитаемым шрифтом сведения в рекламе кредита по ставке от 14 % годовых и вклада по ставке 11,25% годовых не были доведены до неопределённого круга лиц надлежащим образом. В связи с чем потребитель фактически не получил предусмотренную законом информацию и вводится в заблуждение относительно предлагаемой финансовой услуги. Таким образом, в указанной рекламе кредита по ставке от 14 % годовых, распространявшейся на рекламном щите в апреле-мае 2012 г. на стенах тоннеля эскалаторного схода на станции метрополитена Баррикадная в г. Москве, усматриваются признаки нарушения части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 и части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», а в указанной рекламе вклада по ставке 11,25 % годовых, распространявшейся на рекламном щите в апреле-мае 2012 г. на стенах тоннеля эскалаторного схода на станции метрополитена Баррикадная в г. Москве, усматриваются признаки нарушения части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе». Рекламодателем указанной рекламы является ОАО КБ «Стройкредит» (адрес: ул. Большая Андроньевская, д. 17, г. Москва, 109544, ИНН 7744003511, ОГРН 1037711012525).

Довод представителя ОАО КБ «Стройкредит» о том, что в рекламе на рекламных щитах кредита по ставке от 14 % годовых и вклада по ставке 11,25 % годовых содержатся все сведения, не может быть принят во внимание, поскольку предоставляются потребителям ненадлежащим образом, движение эскалатора не позволяют пассажирам ознакомиться с иными условиями, изложенными в рекламе мелким шрифтом.

Исходя из понятия рекламы, реклама предназначена для распространения среди неопределённого круга лиц, в связи с чем вся информация, включая обязательные к указанию сведения, должна быть доступна для потребителей при ознакомлении с рекламой без специальных усилий и применения специальных средств.

То обстоятельство, что нормами Федерального закона «О рекламе» не установлен размер шрифта, не свидетельствует о том, что размер шрифта может быть любым, поскольку, как следует из положений статьи 5 Федерального закона «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной и не должна вводить в заблуждение потребителей.

Руководствуясь частью 7 статьи 5, пунктом 2 части 2 и частью 3 статьи 28, пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «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 ненадлежащей распространяющуюся на стенах тоннеля эскалаторного схода на станции метрополитена Баррикадная в г. Москве в апреле-мае 2012 г. рекламу кредита по ставке от 14 % годовых, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», а именно, в данной рекламе отсутствует часть существенной информации об условиях кредита при ставке 14% годовых.
2. Признать ненадлежащей распространяющуюся на стенах тоннеля эскалаторного схода на станции метрополитена Баррикадная в г. Москве в апреле-мае 2012 г рекламу кредита по ставке от 14 % годовых, поскольку в ней нарушены требования пункта 2 части 2 и части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», а именно, в рекламе кредита по ставке от 14 % годовых при указании

одного из условий кредита не приводятся все условия, влияющие на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, а также определяющие фактическую стоимость кредита.

3. Признать ненадлежащей распространявшуюся на стенах тоннеля эскалаторного схода на станции метрополитена Баррикадная в г. Москве в апреле-мае 2012 г. рекламу вклада по ставке 11,25 % годовых, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», а именно, в данной рекламе отсутствует часть существенной информации об условиях вклада при ставке 11,25% годовых.

4. Признать ненадлежащей распространявшуюся на стенах тоннеля эскалаторного схода на станции метрополитена Баррикадная в г. Москве в апреле-мае 2012 г. рекламу вклада по ставке 11,25 % годовых, поскольку в ней нарушены требования пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», а именно, в рекламе вклада по ставке от 11,25 % годовых при указании одного из условий вклада не приводятся все условия, влияющие на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица.

5. Выдать ОАО КБ «Стройкредит» предписание о прекращении нарушения части 7 статьи 5, пункта 2 части 2, части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

6. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу ФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренного статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении рекламодателя указанной рекламы - ОАО КБ «Стройкредит».

Решение изготовлено в полном объеме 13 августа 2012 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

ПРЕДПИСАНИЕ
о прекращении нарушения
законодательства Российской Федерации о рекламе
по делу № РЦ.08.12.35

Комиссия ФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

<...>,

на основании своего решения от 09 августа 2012 г. по делу № РЦ.08.12.35 о признании ненадлежащей рекламы на рекламных щитах кредита по ставке от 14 % годовых и вклада по ставке 11,25 % годовых, распространявшейся на стенах тоннеля эскалаторного схода на станции метрополитена Баррикадная в г. Москве в апреле-мае 2012 г. и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,
ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ОАО КБ «Стройкредит» (адрес: ул. Большая Андроньевская, д. 17, г. Москва, 109544, ИНН 7744003511, ОГРН 1037711012525) прекратить нарушение требований части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» в рекламе кредита по ставке от 14 % годовых, выразившееся в отсутствии части существенной информации об условиях кредита при ставке 14% годовых.

2. ОАО КБ «Стройкредит» (адрес: ул. Большая Андроньевская, д. 17, г. Москва, 109544, ИНН 7744003511, ОГРН 1037711012525) прекратить нарушение требований

пункта 2 части 2 и части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» в рекламе кредита по ставке от 14 % годовых, а именно, в рекламе кредита по ставке от 14 % годовых при указании одного из условий кредита не приводятся все условия, влияющие на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, а также определяющие фактическую стоимость кредита.

3. ОАО КБ «Стройкредит» (адрес: ул. Большая Андроньевская, д. 17, г. Москва, 109544, ИНН 7744003511, ОГРН 1037711012525) прекратить нарушение требований части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» в рекламе вклада по ставке 11,25 % годовых, а именно, выразившееся в отсутствии части существенной информации об условиях вклада при ставке 11,25% годовых.

4. ОАО КБ «Стройкредит» (адрес: ул. Большая Андроньевская, д. 17, г. Москва, 109544, ИНН 7744003511, ОГРН 1037711012525) прекратить нарушение требований пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» в рекламе вклада по ставке 11,25 % годовых, а именно, в рекламе вклада по ставке от 11,25 % годовых при указании одного из условий вклада не приводятся все условия, влияющие на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица.

Срок исполнения предписания 20 дней со дня получения настоящего предписания.

5. ОАО КБ «Стройкредит» представить в ФАС России письменные доказательства исполнения пунктов 1, 2, 3 и 4 настоящего предписания до 30 сентября 2012 года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе ФАС России вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на юридических лиц штраф в размере от трёхсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Перечень территориальных органов ФАС России с их актуальными адресами можно скачать внизу страницы