

ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 57

о наложении штрафа по делу № 4-05/52

об административном правонарушении

Управление Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю, рассмотрев протокол и материалы дела № 4-05/50 об административном правонарушении в отношении ОАО «Россельхозбанк», в связи с распространением ненадлежащей рекламы финансовых услуг, в присутствии представителя ОАО «Россельхозбанк,

УСТАНОВИЛА:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Хабаровским УФАС России 20 марта 2012 года отслежена наружная реклама ОАО «Россельхозбанк», распространяемая в г. Хабаровске на ул. Карла Маркса, 128, следующего содержания:

крупным шрифтом:

«Банк со 100% государственным капиталом. Россельхозбанк. Кредит 9,9% годовых в рублях РФ. 8 800 200 02 90. звонок по России бесплатный. www.rshb.ru. Г. Хабаровск. Ул. Калинина, 120».

мелким шрифтом

«С 01.03.2012 г. по 31.05.2012 г. кредит «Акция - Надежный клиент» на неотложные нужды от 10 000 до 1 000 000 рублей, но не более 90% от погашенной суммы основного долга по действующему кредитному договору заемщика ОАО «Россельхозбанка», на срок до 6 месяцев предоставляется гражданам РФ, имеющим непрерывный стаж работы на последнем месте не менее 6 месяцев и положительную кредитную историю в ОАО «Россельхозбанк», длительностью не менее одного года, возрасте от 18 лет при условии, что срок возврата кредита наступает до достижения ими возраста 65 лет. Обеспечение по кредиту: при сумме кредита до 500 000 рублей (вкл.) – поручительство не менее 1 -го физического лица, свыше 500 000 рублей - поручительство не менее 2х физических лиц. Погашение кредита ежемесячно, дифференцированными платежами. При несвоевременном погашении кредита может быть предъявлено требование об уплате неустойки (пени) в размере двойной ставки рефинансирования Банка России от неуплаченной в срок суммы за каждый календарный день просрочки уплаты. Ограничения на досрочное погашение кредита отсутствуют. Комиссия за выдачу и возврат кредита отсутствуют».

Срок распространения рекламы с 01 по 31 марта 2012.

Кроме того, реклама распространялась по адресам в г. Хабаровске:

- ул. Большая, ул. Карла Маркса, пер. Корейский;

- ул. Калинина – ул. Серышева;

- ул. Шеронова – Дендрарий;

- Амурский бульвар – ул. Л. Толстого;

- ул. Волочаевская, 28;

- ул. Воронежская – Автовокзал;

- пр. 60 лет Октября – Юбилейная.

Реклама ориентирована на неопределенный круг лиц, целенаправленно направлена на мотивацию потребителя рекламы на выбор услуги. Создавая привлекательные условия возможности по заключению ипотечного договора, побуждает совершить определенные действия в отношении объекта рекламирования, а именно вступить в конкретные правоотношения с Банком по заключению договора на определенных рекламной условиях.

Создавая привлекательные условия возможности по заключению договоров, реклама стимулирует население для обращения в кредитную организацию для заключения договора кредита.

Согласно пункту 2 части 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг не должна 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.

В расходы лица (заемщика), заключившего ипотечный договор, включаются:

оплата стоимости кредита (процент за пользование кредитом, платежи за открытие счета, ежемесячные фиксированные платежи за обслуживание счета, платежи, связанные с получением суммы кредита наличными, и другие платежи, обусловленные выдачей кредита и процессом его возврата);

оплата услуг страхования, если выдача займа обусловлена необходимостью заключения договора страхования;

иные расходы, возникающие у заемщика в процессе исполнения договора займа (необходимость нотариального заверения документов и т.п.).

Следовательно, если в рекламе услуг по предоставлению кредита указано любое из перечисленных условий, то должны быть указаны все остальные условия, как определяющие размеры расходов заемщика по договору кредита, так и влияющие на эти расходы.

В соответствии с частью 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе», если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита, использованием 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 заемщика и влияющие на нее.

Стоимость кредита включает в себя проценты за кредит, а также все иные платежи, взимаемые в рамках кредитного договора в связи с предоставлением кредита. Сюда включаются: платежи за открытие счета, ежемесячные фиксированные платежи за обслуживание счета, платежи, связанные с получением суммы кредита наличными, и другие платежи, обусловленные выдачей кредита и процессом его возврата.

Указанная информация должна доводиться до потребителей рекламы наряду с другими условиями, так как она может существенно повлиять на сумму расходов заемщика по договору.

В рекламе указано одно из условий кредитного договора процентная ставка по кредиту - 9,9 %.

Остальные условия, такие как: срок договора, максимальная и минимальная сумма кредита, отсутствие комиссий, возрастные ограничения, обеспечения, информация о том, что указанный кредит выдается только клиентам Банка, имеющим действующие либо исполненные кредитные договоры не доступны, так как выполнены мелким шрифтом, что не позволяет потребителю рекламы ознакомиться и воспринять их, чем вводит потребителя в заблуждение.

Информация об указанных условиях формально присутствует в рекламе. Однако данные сведения выполнены мелким шрифтом, что не позволяет потребителю воспринимать информацию.

Кроме того, указанный кредитный договор выдается только при наличии в Банке положительной кредитной истории, которая должна составлять не менее года. Данная информация является существенной, так как оказывает влияние на выбор потенциального потребителя. Однако она является недоступной в рекламе.

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.

Отсутствие в Законе четкого указания на размер шрифта рекламных надписей, не свидетельствует о том, что размер шрифта может быть любым, поскольку это противоречит положениям ст. 5 Закона относительно добросовестности и достоверности рекламы, которая не должна вводить в заблуждение потребителя.

Использованный в рекламном тексте шрифт своим размером должен обеспечить нормальное восприятие потребителем всего содержания рекламной надписи, без дополнительно предпринимаемых усилий по разглядыванию какой-либо ее части.

В процессе рассмотрения дела представитель банка не согласилась с выявленным нарушением, указав, что в рекламе содержатся все условия оказания финансовой услуги, и выполнены шрифтом, позволяющим прочесть условия кредитования. ФЗ «О рекламе» не устанавливает требований к размеру шрифта. В случае установления правонарушения просят применить положения статьи 2.9. КоАП РФ.

Данные доводы не принимаются по следующим основаниям.

В соответствии со статьей 3 ФЗ «О рекламе» реклама - это информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирования или поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке.

Совокупность таких особенностей спорной рекламы, как ограниченное время считывания информации, объем информации, размещенной в рекламе, размер шрифта, которым написаны существенные условия получения услуги, лишают возможности потребителя получить полный текст (информацию) рекламы.

Учитывая изложенное, несмотря на формальное наличие в рекламе существенной информации об условиях по кредитному договору, влияющих на сумму расходов, форма предоставления данных сведений такова, что они не воспринимаются потребителями и фактически в рекламе отсутствуют.

Тот факт, что существенная информация в спорной рекламе не читается, очевидно усматривается при визуальном просмотре текста рекламы.

Поскольку существенной является не только информация привлекательная для потребителей (написанная крупным шрифтом), но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей рекламы, отсутствие каких-либо сведений, в том числе и доступных, об условиях кредита, может привести к искажению смысла рекламы и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой услугой, так как данная информация сложно воспринимаема или вообще недоступна для потребителей.

Информация о существенных условиях вклада выполнена столь мелким по сравнению с основным рекламным текстом шрифтом, что делает невозможным ее восприятие и вводит потребителя в заблуждение относительно условий по рекламируемому кредиту.

Реклама направлена на восприятие информации потребителями (относительно быстрое и четкое принятие предлагаемой информации, а также её понимание и уяснение без совершения действий, направленных на специальное, длительное сосредоточение внимания), как пешеходами, так и водителями, пассажирами, так как реклама предназначена для неопределенного круга лиц. Все рекламные конструкции установлены вдоль проезжей части и определены для всех участников движения (как пешеходов, так и пассажиров).

Использование рекламодателем такого визуального приема в рекламе, как неодинаковый размер шрифта размещенной информации, когда размер букв и цифр крупного шрифта во много раз превышает размер букв и цифр мелкого шрифта - вводит в заблуждение потребителя относительно рекламируемого товара. В данном случае и та, и другая информация касается рекламы одного и того же кредита.

Использованный Заявителем в рекламном тексте шрифт своим размером должен обеспечивать восприятие потребителем всего содержания рекламной надписи, без дополнительно предпринимаемых усилий по разглядыванию какой-либо ее

части.

Однако Банк осознано разместил рекламу в таком виде, при котором несоразмерность шрифта привела к потере читаемости существенных условий по кредиту, что создало условия для введения потребителей в заблуждение.

В рассматриваемой рекламе выделено наиболее привлекательное для потребителя условие: процентная ставка по кредиту. Иные условия, необходимые потребителю для принятия осознанного решения по оформлению кредита в Банке, написаны мелким шрифтом, следовательно, прочесть и, тем более, уяснить указанные условия не представляется возможным.

Отсутствием в рекламе информации об условиях договора, влияющих на фактическую стоимость кредита, об условиях получения кредита вводит потребителя в заблуждение относительно стоимости товара (договора кредита), что является нарушением части 7 статьи 5, пункта 2 части 2, части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

В части малозначительности совершенного административного правонарушения.

Квалификация правонарушения как малозначительного может иметь место только в исключительных случаях и производится с учетом положений пункта 18 постановления Пленума ВАС РФ от 02.06.2004 г. № 10 «О некоторых вопросах, возникающих в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» применительно к обстоятельствам конкретного совершенного лицом деяния.

Антимонопольный орган правомерно не усматривает исключительных обстоятельств при совершении указанного правонарушения, свидетельствующих о его малозначительности.

Во-первых, по своей юридической конструкции правонарушение, предусмотренное частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, образует формальный состав и считается оконченным с момента нарушения требований, установленных законодательством. В этой связи существенная угроза охраняемым общественным отношениям заключается не в наступлении каких-либо материальных последствий правонарушения, а в пренебрежительном отношении нарушителя к исполнению своих публично-правовых обязанностей.

В данном случае, несоответствие распространенной банком рекламы требованиям ФЗ «О рекламе» нарушает права и законные интересы потребителей на получение достоверных сведений об информации (является ли она рекламной), что представляет собой существенную угрозу охраняемым правом общественным отношениям в сфере потребительского рынка.

Поэтому указание Общества на отсутствие причинения ущерба законным правам и интересам физических и юридических лиц несостоятельно.

Во-вторых, Заявителю назначено наказание с учетом всех обстоятельств, перечисленных в части 3 статьи 4.1 КоАП РФ в виде штрафа в минимально допустимом размере санкции части 1 статьи 14.3 КоАП РФ, что соответствует установленным статьей 3.1 КоАП РФ целям административного наказания, а равно отвечает принципам законности, справедливости, неотвратимости и

целесообразности юридической ответственности.

Также нужно отметить, что на основании материалов дела установлено, что банком не применена та степень заботливости и осмотрительности, которая требовалась от него для соблюдения норм права, установленных действующим законодательством, что свидетельствует о виновности предприятия в совершении указанного правонарушения.

Таким образом, исходя из социальной значимости охраняемых общественных отношений при нарушении законодательства о рекламе, а также, учитывая характер административного правонарушения, и обстоятельства его совершения, Хабаровское УФАС России считает невозможным признание правонарушения малозначительным и освобождение Банка от административной ответственности.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований части 7 статьи 5, статьи 28 Закона несет рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Установлено, что рекламодателем, в интересах которого непосредственно распространялась рекламная кампания, является ОАО «Россельхозбанк» в лице Хабаровского филиала, определившее объект рекламирования и содержание рекламы. Данный факт подтверждается письмом ООО «Вива Медиа - Про» (вход. от 20.02.2012 г.), договором № 45 об оказании услуг по изготовлению, размещению рекламы от 17 февраля 2011 года, приложением № 1 к договору от 29.02.2012 года.

На основании части 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламораспространителем законодательства о рекламе (ненадлежащая реклама) влечет наложение административного штрафа.

При назначении административного наказания ОАО «Россельхозбанк» учитывалось, что в соответствии с пунктом 2 части 1 статьи 4.3. КоАП РФ повторное совершение однородного административного правонарушения, если за совершение первого административного правонарушения лицо уже подвергалось административному наказанию, по которому не истек срок, предусмотренный статьей 4.6. КоАП РФ является обстоятельством, отягчающим административную ответственность.

Постановлением № 63 от 25.05.2011 года по делу № 4-05/50 ОАО «Россельхозбанк» подвергалось административному штрафу в размере 100 000 рублей за ненадлежащую рекламу финансовых услуг (автокредит), распространяемую на телевизионном канале «Первое краевое телевидение» с 09 по 26 марта 2011 года.

Руководствуясь статьей 33 Федерального закона «О рекламе», статьями 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛА:

1. Признать ОАО «Россельхозбанк» виновным в совершении административного

правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3. КоАП РФ.

2. Применить к ОАО «Россельхозбанк» меру ответственности в виде административного штрафа за ненадлежащую рекламу в размере 200 000 (двести тысяч) рублей.

Согласно части 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее тридцати дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Сумма штрафа, уплаченная за нарушение законодательства о рекламе, зачисляется в бюджет:

получатель УФК по Хабаровскому краю (Хабаровское УФАС России), р/с 40101810300000010001, ГРКЦ ГУ ЦБ РФ по Хабаровскому краю г. Хабаровска, БИК 040813001, ИНН 2721023142, КПП 272101001, код 161 11626000016000140, ОКАТО 08401000000.

В трехдневный срок со дня уплаты штрафа надлежит представить в Хабаровское УФАС России надлежащим образом заверенные копии платежных документов.

В соответствии с пунктом 3 части 1 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

nbsp; реклама