

РЕШЕНИЕ

Дата оглашения решения: 04.02.2014 г.

Дата изготовления решения: 17.02.2014 г. г. Кострома

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

Председатель Комиссии - Ревельцев О.В., руководитель управления,

члены Комиссии: Дмитриева Т.А. - начальник отдела антимонопольного контроля хозяйствующих субъектов и рекламы, Баданова И.Н. - главный государственный инспектор отдела антимонопольного контроля хозяйствующих субъектов и рекламы,

рассмотрев материалы дела №ВД 07-04/1188, возбужденного в отношении Общества с ограниченной ответственностью Коммерческий Банк «Конфидэнс Банк» (г. Кострома, пр. Мира, 113, пом. 66, ИНН 4405001070, ОГРН 1024400003209), о нарушении требований, установленных ч. 7 ст. 5, ч. 1, п. 2 ч. 2 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в присутствии представителя ООО КБ «Конфидэнс Банк» - <...> (доверенность №б/н от 21.10.2013 г.),

УСТАНОВИЛА:

На основании распоряжений Костромского УФАС России от 14.10.2013 г. №129, от 15.11.2013 г. №150 в период с 21.10.2013 г. по 02.12.2013 г. проведена внеплановая документарная проверка по соблюдению ООО КБ «Конфидэнс Банк» требований Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе).

По результатам проверки установлено следующее.

При мониторинге наружной рекламы, распространяемой на территории города Костромы, 22 августа 2013 года специалистами Костромского УФАС России по проспекту Мира, 52 (Богатырь) обнаружено средство стабильного территориального размещения (рекламная конструкция 3х6 кв.м.), с помощью которой распространяется реклама финансовой услуги – услуги по привлечению денежных средств во вклады до 12% годовых, оказываемая ООО КБ «Конфидэнс Банк», следующего текстографического содержания «Confidence Bank» (заглавные буквы высотой (далее – h)= 33 см, прописные буквы h=20 см) * ООО КБ «Конфидэнс Банк» (заглавный буквы h=4,5 см)* Лицензия Банка России №970 (заглавный буквы h=4,5 см) * 8 800 100 73 93 (h=6 см) * www.confidencebank.ru (h=3 см) * вклады застрахованы * ВКЛАДЫ (h=29,5 см) до (h=12,5 см) 12% (h=80 см) годовых (h=6 см) * пр-т Мира, 113 * Советская, 101 * Голубкова, 14 (h=12 см) * Мой банк, мой Вклад, моя Команда (h=15 см) * Лучший бомбардир в истории футбольного клуба «Динамо Кострома» Сергей Горбань (h=4,5 см)».

Таким образом, в рассматриваемой рекламе крупным шрифтом, видимым с дальнего расстояния, указывается наиболее привлекаемая для потребителя информация - максимальная процентная ставка по вкладам (12% годовых, одно из условий, влияющих на сумму доходов по вкладу), привлекаемым Confidence Bank, адреса оказания услуги, а более мелким шрифтом указывается наименование лица (ООО КБ «Конфидэнс Банк»), оказывающего рекламируемую услугу.

На основании вышеизложенного, рекламодателем рассматриваемой рекламы

используется в рекламе такой визуальный прием, как неодинаковый размер шрифта, которая касается одной финансовой услуги - привлечение денежных средств во вклады.

Формальное присутствие в рекламе рассматриваемых сведений о наименовании лица не позволяет потребителю их воспринимать, следовательно, не может расцениваться как их наличие.

Согласно ст. 3 Закона 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 и поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона о рекламе ненадлежащей является реклама не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Статья 5 Закона о рекламе устанавливает, что реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускаются.

Информация о рассматриваемой финансовой услуге подпадает под определение рекламы и содержит все ее признаки: адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (финансовой услуге) и продвижение его на рынке, распространяется с помощью средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций 3х6 кв.м.).

Пункт 2 статьи 3 Закона о рекламе устанавливает, что 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.

Согласно пункта 3 статьи 3 Закона о рекламе под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В соответствии с Федеральным законом от 02.12.1990 №395-1 «О банках и банковской деятельности» к банковским операциям относят:

1. привлечение денежных средств физических и юридических лиц во вклады (до востребования и на определенный срок);
2. размещение указанных привлеченных средств от своего имени и за свой счет;
3. открытие и ведение банковских счетов физических и юридических лиц;
4. осуществление расчетов по поручению физических и юридических лиц, в том числе банков-корреспондентов, по их банковским счетам;
5. инкассация денежных средств, векселей, платежных и расчетных документов и кассовое обслуживание физических и юридических лиц;
6. купля-продажа иностранной валюты в наличной и безналичной формах;
7. привлечение во вклады и размещение драгоценных металлов;
8. выдача банковских гарантий;
9. осуществление переводов денежных средств по поручению физических лиц без открытия банковских счетов (за исключением почтовых переводов).

Пункт 2 ст. 4 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» гласит, что финансовой услугой является 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 протокола от 16.12.2011 «О присоединении Российской Федерации к

Марракешскому соглашению об учреждении Всемирной торговой организации от 15 апреля 1994 г.», ратифицированного Федеральным законом от 21.07.2012 №126-ФЗ указанные банковские операции относятся к банковским услугам.

Материалы внеплановой документарной проверки свидетельствуют о том, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО КБ «Конфидэнс Банк» (адрес: г. Кострома, пр. Мира, 113, пом. 66, ИНН 4405001070, ОГРН 1024400003209) (далее – Общество, Банк), которое в соответствии с Федеральным законом «О банках и банковской деятельности» имеет генеральную лицензию на осуществление банковских операций №970, согласно которой ему предоставлено право на осуществление банковских операций:

1. привлечение денежных средств физических и юридических лиц во вклады (до востребования и на определенный срок);
2. размещение привлеченных во вклады (до востребования и на определенный срок) денежных средств физических и юридических лиц средств от своего имени и за свой счет;
3. открытие и ведение банковских счетов физических и юридических лиц;
4. осуществление переводов денежных средств по поручению физических и юридических лиц, в том числе уполномоченных банков-корреспондентов и иностранных банков, по их банковским счетам;
5. инкассация денежных средств, векселей, платежных и расчетных документов и кассовое обслуживание физических и юридических лиц;
6. купля-продажа иностранной валюты в наличной и безналичной формах;
7. выдача банковских гарантий;
8. осуществление переводов денежных средств без открытия банковских счетов, в том числе электронных денежных средств (за исключением почтовых переводов).

Таким образом, объектом рекламирования, исходя из положений ст. 1 Закона о рекламе, положений Закона РФ от 07.02.1992 №2300-1 «О защите прав потребителей», текста рассматриваемой рекламы, являются оказываемые Банком финансовые услуги: привлечение денежных средств физических лиц во вклады (до востребования и на определенный срок), максимальная процентная ставка по которым составляет 12% годовых.

На основании вышеизложенного, согласно п. 6 ст. 4 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» Общество является финансовой организацией.

Следовательно, реклама указанной деятельности должна соответствовать как общим требованиям, предъявляемым к рекламе, так и положениям статьи 28 Закона о рекламе, устанавливающей специальные требования к рекламе финансовых услуг.

В соответствии с ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридических лиц — наименование, для индивидуального предпринимателя — фамилию, имя, отчество).

Таким образом, указание реквизитов организации, предоставляющей финансовые услуги, является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей.

Пункт 1 ст. 54 Гражданского кодекса Российской Федерации гласит, что организационно-правовая форма юридического лица является неотъемлемой частью его наименования.

Согласно ст. 7 Федерального закона от 02.12.1990 №395-1 «О банках и банковской деятельности» кредитная организация должна иметь полное фирменное наименование и вправе иметь сокращенное фирменное наименование на русском

языке. Кредитная организация вправе иметь также полное фирменное наименование и (или) сокращенное фирменное наименование на языках народов Российской Федерации и (или) иностранных языках.

Фирменное наименование кредитной организации на русском языке и языках народов Российской Федерации может содержать иноязычные заимствования в русской транскрипции или в транскрипциях языков народов Российской Федерации, за исключением терминов и аббревиатур, отражающих организационно-правовую форму кредитной организации.

Фирменное наименование кредитной организации должно содержать указание на характер ее деятельности путем использования слов «банк» или «небанковская кредитная организация».

Иные требования к фирменному наименованию кредитной организации устанавливаются Гражданским кодексом Российской Федерации.

В соответствии с ч. 4 ст. 54 ГК РФ Юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, должно иметь фирменное наименование. Требования к фирменному наименованию устанавливаются ГК РФ и другими законами. Права на фирменное наименование определяются в соответствии с правилами раздела VII ГК РФ.

Части 1, 2, 3 ст. 1473 ГК гласят:

Юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, выступает в гражданском обороте под своим фирменным наименованием, которое определяется в его учредительных документах и включается в единый государственный реестр юридических лиц при государственной регистрации юридического лица.

Фирменное наименование юридического лица должно содержать указание на его организационно-правовую форму и собственно наименование юридического лица, которое не может состоять только из слов, обозначающих род деятельности. Юридическое лицо должно иметь полное и вправе иметь сокращенное фирменное наименование на русском языке. Юридическое лицо вправе иметь также полное и (или) сокращенное фирменное наименование на языках народов Российской Федерации и (или) иностранных языках.

Таким образом, наименование юридического лица включает указание на его организационно-правовую форму и указывается в учредительных документах юридического лица.

Согласно материалам дела Confidence Bank имеет полное наименование – Общество с ограниченной ответственностью Коммерческий Банк «Конфидэнс Банк» и сокращенное наименование на русском языке – ООО КБ «Конфидэнс Банк», на английском языке – CONFIDENCE BANK.

При таких обстоятельствах рассматриваемая реклама не содержит наименование или имя лица, оказывающего услугу по привлечению денежных средств во вклады (финансовую услугу), что свидетельствует о нарушении части 1 статьи 28 Закона о рекламе.

Исходя из понятия рекламы, она 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.

Необходимо отметить, что текст рекламы находится не на уровне глаз человека, а на определенной высоте — рекламная конструкция имеет центральную стойку высотой 4,5 метра, что снижает уровень восприятия информации, выполненной мелким шрифтом.

Кроме того, рассматриваемая реклама расположена вдоль оживленной трассы,

вследствие чего водителями транспортных средств, их пассажирами, а также пешеходами, идущими по тротуару на противоположной стороне дороги доступна лишь информация, выполненная крупным шрифтом, при этом информация, выполненная мелким шрифтом остается скрытой для них. У данной категории потребителей отсутствует прямой доступ к рекламному плакату, что свидетельствует о восприятии рекламной информации со значительного расстояния.

Наружная реклама направлена на импульсивное восприятие информации потребителями (относительно быстрое и четкое восприятие предлагаемой информации, а также её понимание и уяснение без совершения действий, направленных на специальное, длительное сосредоточение внимания для получения описанного эффекта), так как предназначена для различного круга потребителей (в том числе водители транспортных средств и их пассажиры, которые ограничены во времени считывания рекламной информации).

То обстоятельство, что нормами Закона о рекламе не установлен размер шрифта, которая должна быть приведена обязательная в силу закона информация, 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 потребителей.

Размещение привлекательной для потребителя информации крупным шрифтом, а менее привлекательной информации – способом, затрудняющим её восприятие (с учётом размера шрифта, занимаемой площади), свидетельствует о недобросовестности рекламы.

Как разъяснил Пленум Высшего Арбитражного суда Российской Федерации в Постановлении №58 от 08.10.2012 «О некоторых вопросах практики применения Арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (относительно статьи 28 Федерального закона «О рекламе») рекламодаделец 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.

При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

По договору банковского вклада (депозита) одна сторона (банк), принявшая поступившую от другой стороны (вкладчика) или поступившую для нее денежную сумму (вклад), обязуется возвратить сумму вклада и выплатить проценты на нее на условиях и в порядке, предусмотренных договором (ст. 834 ГК РФ).

В соответствии со ст. 36 Федерального закона от 02.12.1990 №395-1 «О банках и банковской деятельности» вклад – это денежные средства в валюте Российской Федерации или иностранной валюте, размещаемые физическими лицами в целях хранения и получения дохода. Доход по вкладу выплачивается в денежной форме в виде процентов. Вклад возвращается вкладчику по его первому требованию в порядке, предусмотренном для вклада данного вида федеральным законом и соответствующим договором.

В соответствии с ч. 7 ст. 5 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.

Пункт 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе гласит, что в рекламе финансовых услуг не допускается 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.

Таким образом, при наличии в рекламе банковской услуги, связанной с принятием денежных средств во вклады, хотя бы одного из условий, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся данной услугой лица, в ней следует указывать иные условия, которые влияют на фактическую сумму доходов.

Часть 1 ст. 834, ст. 837 ГК РФ гласят, что:

по договору банковского вклада (депозита) одна сторона (банк), принявшая поступившую от другой стороны (вкладчика) или поступившую для нее денежную сумму (вклад), обязуется возвратить сумму вклада и выплатить проценты на нее на условиях и в порядке, предусмотренных договором;

договор банковского вклада заключается на условиях выдачи вклада по первому требованию (вклад до востребования) либо на условиях возврата вклада по истечении определенного договором срока (срочный вклад). Договором может быть предусмотрено внесение вкладов на иных условиях их возврата, не противоречащих закону;

по договору банковского вклада любого вида банк обязан выдать сумму вклада или ее часть по первому требованию вкладчика, за исключением вкладов, внесенных юридическими лицами на иных условиях возврата, предусмотренных договором.

Таким образом, к общим условиям, определяющим сумму доходов вкладчиков, относятся:

- процентная ставка по вкладу;
- срок вклада;
- минимальная сумма вклада;
- возможность дополнительного внесения средств во вклад;
- минимальный размер дополнительного взноса;
- возможность и условия пролонгации вклада;
- количество возможных продлений договора вклада;
- периодичность выплаты процентов по вкладу;
- начисление процентов по вкладу в случае полного или частичного востребования вклада до истечения срока договора;
- установленная банком ставка по вкладам «до востребования»;
- иные условия, если их включение в договор может повлиять на сумму денежных средств, которую вкладчик должен получить по договору вклада.

Согласно материалам дела рассматриваемый вклад с максимальной процентной ставкой 12% потребители могут оформить на следующих условиях:

Валюта вклада — рубли.

Минимальная сумма вклада от 50 000 руб.

Максимальная сумма вклада – не ограничена.

Срок вклада 396 дней.

Проценты по вкладу Банк начисляет - за первый период хранения средств (1-99 дней) – по ставке 9% годовых, за второй период (100-198 дней) – по ставке 10% годовых, за третий период (199-297 дней) – 11% годовых, за четвертый период (298-396 дней) – 12% годовых.

Пополнение вклада возможно, сумма пополнения от 5 000 руб.

Выплата процентов производится по истечении каждого периода хранения

средств на вкладе на счет вклада «До востребования».

Вклад расходуемый. По истечении 99 дней возможно производить частичное досрочное востребование вклада до суммы остатка 50 000 руб. без изменения процентной ставки.

При досрочном востребовании всей суммы вклада ранее 198 дней, договор автоматически расторгается, а проценты пересчитываются и выплачиваются Банком из расчета ставки вклада «До востребования», действующей в банке на момент расторжения. При этом излишне уплаченные проценты удерживаются из суммы вклада.

При досрочном востребовании всей суммы вклада по истечении 198 дней договор автоматически расторгается, а проценты пересчитываются и выплачиваются Банком из расчета ставки 9% годовых.

Пролонгация не предусмотрена.

Спорная реклама не позволяет определить, о каких именно вкладах в ней идет речь. Указание в рекламе только одного условия - максимальной возможной процентной ставки годовых - является неполной информацией об условиях, влияющих на окончательную сумму доходов, которую рассчитывает получить вкладчик при заключении договора по любому виду вклада.

Правовые, финансовые и организационные основы функционирования системы обязательного страхования вкладов физических лиц в банках Российской Федерации, порядок выплаты возмещения по вкладам регулируются Федеральным законом от 23.12.2003 №177-ФЗ «О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации», согласно ч. 2 ст. 11 которого возмещение по вкладам в банке, в отношении которого наступил страховой случай, выплачивается вкладчику (физическому лицу) в размере 100 процентов суммы вкладов в банке, но не более 700 000 рублей.

Таким образом, в рассматриваемом случае существенной информацией оказания рекламируемой услуги может являться или информация о максимальной сумме вклада, или информация о максимальной сумме возмещения по вкладу, в отношении которого может наступить страховой случай.

Рассматриваемая реклама направлена на формирование у потребителей желания воспользоваться рекламируемой услугой, поэтому существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой. Отсутствие в спорной рекламе большей части условий, на которых принимаются вклады, и другой информации (вид вклада, условия страхования вкладов), необходимой вкладчику для принятия осознанного решения, вводит потребителей рекламы в заблуждение.

Следовательно, рассматриваемая реклама «Confidence Bank» * Вклады застрахованы * ВКЛАДЫ до 12% годовых * пр-т Мира, 113 * Советская, 101 * Голубкова, 14 * Мой банк, мой Вклад, моя Команда * ... », распространяющаяся в период 01 июля по 31 августа 2013 г. с помощью наружной рекламной конструкции (сторона А) по адресу: г. Кострома, пр-т Мира, 52 (Богатырь), содержит признаки нарушения ч. 7 ст. 5, ч. 1, п. 2 ч. 2 ст. 28 Закона о рекламе.

Часть 6 статьи 38 Закона о рекламе устанавливает, что ответственность за нарушение требований, установленных ч. 7 ст. 5, ч. 1, п. 2 ч. 2 ст. 28 Закона о рекламе, несет рекламодатель – ООО КБ «Конфидэнс Банк».

В соответствии с частью 4 статьи 38 Закона о рекламе нарушение

рекламодателем законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 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 ненадлежащей рекламу ООО КБ «Конфидэнс Банк» вклада «ВКЛАДЫ до 12% годовых», распространявшуюся в период с 01 июля по 31 августа 2013 г. с помощью наружной рекламной конструкции (сторона А) по адресу: г. Кострома, пр-т Мира, 52 (Богатырь), ненадлежащей, поскольку нарушены требования ч. 7 ст. 5, ч. 1, п. 2 ч. 2 ст. 28 Закона о рекламе.

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдавать в связи с добровольным устранением нарушения.

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

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

Председатель Комиссии

О.В. Ревельцев

Члены Комиссии

Т.А. Дмитриева

И.Н. Баданова

- [reshenie_po_delu_no_07-04-1188.doc](#)