

ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 30
о наложении штрафа по делу № 04-5/57
об административном правонарушении

06 июля 2017 года

г. Хабаровск

Руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю, рассмотрев протокол об административном правонарушении от 14 июня 2017 года и материалы дела № 04-5/57 об административном правонарушении, в отношении «Газпром-банк» (Акционерное общество) – далее «Газпромбанк (АО) (место осуществления деятельности: г. Москва, ул. Наметкина, 16, корп.1) в связи с распространением наружной рекламы финансовых услуг.
Дело рассмотрено в присутствии представителей «Газпромбанк» (АО) – (по доверенности).

УСТАНОВИЛА:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Хабаровским УФАС России 04 мая 2017 года отследена наружная реклама (призматрон) Банка ГПБ (АО), распространяемая в г. Хабаровске на ул. Серышева, 9, следующего содержания:

- крупным шрифтом:

«Событие в масштабах семьи. Ипотека. Процентная ставка от 11%. Газпромбанк. Офисы банка ГПБ (АО) ул. Тургенева, 46 (4212) 41-18-33, ул. Истомина, 51а 8(4212) 41-18-40. . В МАСШТАБАХ СТРАНЫ, В ИНТЕРЕСАХ КАЖДОГО. www/gazprombank.ru».
- мелкий шрифт в правой части баннера (условия кредита) нечитаем.

Срок распространения рекламы с 01 апреля по 30 апреля 2017 года (реклама демонтирована 05 мая 2017 года).

Кроме того, указанная реклама распространялась в г. Хабаровске по адресам:
ул. Карла Маркса, 61 –ул. Московская (призматрон);
ул. Ленина, 21-Запарина (стенд);
пр. 60 лет Октября, 212 (стенд);
ул. Тихоокеанская - ул. Трехгорная (стенд);
ул. Ленина, 28-ул. Волочаевская (призматрон);
ул. Павла Морозова, 58 (призматрон).
ул. Волочаевская, 15-пер. Трубный;
ул. Карла Маркса, 91.

Реклама ориентирована на неопределенный круг лиц, направлена на мотивацию потребителя рекламы на выбор услуги и на заключение кредитного договора с указанной в рекламе процентной ставкой. Реклама побуждает совершить определенные действия в отношении объекта рекламирования, а именно: вступить в конкретные правоотношения с банком по заключению договора кредита на определенных рекламой условиях.

В рекламе указывается процентная ставка по кредиту, то есть, дано одно из условий кредитного договора, влияющее на его стоимость, следовательно,

реклама должна соответствовать требованиям статьи 28 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с пунктом 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 расход лица (заемщика), заключившего договор на предоставления кредита, включается:

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 кредита обусловлена необходимостью заключения договора страхования;

иные расходы, возникающие у заемщика в процессе исполнения кредитного договора (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 перечисленные условия, как определяющие размеры расходов заемщика по кредиту, так и влияющие на эти расходы.

Пунктом 25 постановления Пленума ВАС РФ № 58 от 08.10.2012 года определено, что к условиям, влияющим на стоимость кредита, в частности, могут относиться условия о размере процентной ставки, сумме и сроке кредита, платежах и комиссиях по кредитным операциям, а также о дополнительных расходах заемщика, связанных с получением кредита (по страхованию рисков, в том числе жизни, здоровья потенциального заемщика, нотариальному заверению документов, предоставлению обеспечения по кредитному договору, оценке имущества, передаваемого в залог, и др.).

В рекламе крупно указывается процентная ставка по ипотеке.

Информация о других условиях предоставления финансовой услуги формально присутствует в рекламе. Однако данные сведения выполнены столь мелким по сравнению с основным рекламным текстом шрифтом, что делает невозможным их восприятие и вводит потребителя в заблуждение относительно условий по рекламируемому кредиту. Для пассажиров и водителей движущегося транспорта время считывания рекламной информации ограничено и, следовательно, информация об условиях кредита, также недоступна для восприятия.

Учитывая изложенное, несмотря на формальное наличие в рекламе сведений об иных условиях кредита, влияющих на сумму расходов, помимо крупно указанной в рекламе информации о процентной ставке кредита, форма представления сведений такова, что они не воспринимаются потребителями и фактически в рекламе отсутствуют.

Отсутствие в рекламе информации об условиях кредитного договора, влияющих на полную стоимость кредита для заемщика, вводит в заблуждение относительно стоимости товара (кредитного договора), что является нарушением части 7 статьи 5 ФЗ «О 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.

«Газпромбанк» (АО) представлены пояснения, согласно которых:

1. в действиях банка отсутствует событие правонарушения, потому что по состоянию на 04 мая 2017 года вся реклама демонтирована, так как в соответствии с договором ООО «Энджей» срок размещения рекламы с 01 по 30 апреля 2017 года;
2. в рекламе не обязательно указывать наименование юридического лица, достаточно указать только название кредитной организации – Газпромбанк;
3. реклама доступна для восприятия с позиции обычного потребителя, если уделить этому достаточно времени;
4. просят назначить наказание в виде предупреждения, в соответствии со статьями 3, 4, 4.1.1. КоАП РФ.

Данные доводы не принимаются по следующим основаниям.

1. При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Хабаровским УФАС России наружная реклама Банка от-слежена 04 мая 2017 года по адресу: г. Хабаровск, ул. Серышева, 9. Данный факт подтверждается фотографиями, имеющимися в материалах дела.

Действительно в соответствии с договором, заключенным между ООО «Энджей» и «Газпромбанк» (АО), срок распространения рекламы с 01 по 30 апреля 2017 года.

То есть факт размещения рекламы подтвержден и не опровергается Банком. Согласно письму ООО «АРТ» от 14.06.2017 года рекламно-информационный материал Банка демонтирован до 05 мая 2017 года.

Таким образом, факт размещения рекламы удостоверен рекламораспространителем.

2. В соответствии с частью 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество).

Согласно части 1 статьи 54 ГК РФ юридическое лицо имеет свое наименование, содержащее указание на его организационно-правовую форму.

В соответствии с пунктом 2 статьи 1473 Гражданского кодекса Российской Федерации 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.

Принимается довод Банка о том, что в рекламе слева баннера указано полное его наименование ГПБ (АО).

3. Статьей 3 ФЗ «О рекламе» установлено, что 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. 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 банковских услуг, 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 банковской услугой, так как данная информация сложно воспринимаема или вообще недоступна для потребителей.

Учитывая, что рекламные щиты расположены в оживленных местах, на пересечении городских улиц, размещенная на них информация должна быть краткой. Это обусловлено тем, что большинство людей, на которых рассчитана информация находятся в движении (водители, пешеходы) и имеют лишь секунды для ее восприятия. Кроме того, щиты расположены на высоте более 3 метров (нижний край), что требует подъема головы. Поэтому для безопасности потребителей информация должна схватываться практически мгновенно. Таким критериям соответствуют только слоган «событие в масштабах семьи», процентная ставка, название банка, слово «ипотека», телефон.

Читабельность же основного информационного блока, расположенного в нижней части рекламы, представляется крайне затруднительной, тем более реклама размещена на призматроне, который не является статичной рекламной конструкцией.

Данные обстоятельства указывают на то, что у потребителей рекламы затруднена возможность прочесть и воспринять всю информацию о рекламном продукте, а, следовательно, свидетельствуют о том, что, несмотря на формальное присутствие в рекламе сведений обо всех условиях оказания соответствующей услуги, фактически данные сведения в рекламе не воспринимаются, следовательно, приравниваются к их отсутствию.

4. Согласно части 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицам, осуществляющим предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, и юридическим лицам, а также их работникам за впервые совершенное административное правонарушение, выявленное в ходе осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля, в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей раздела II КоАП РФ или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных частью 2 статьи 3.4 КоАП РФ, за исключением случаев, предусмотренных частью 2 статьи 4.1.1 КоАП РФ.

«Газпромбанк» (АО) не относится к категории субъектов малого и среднего предпринимательства.

Таким образом, наружная реклама кредита «Газпромбанк» (АО) противоречит части 7 статьи 5, пункту 2 части 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе»

ответственность за нарушение требований статей 5, 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 «Газпромбанк» (АО). Данный факт подтверждается договором № 3-3001-NG от 15 марта 2017 года.

Частью 6 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях за нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе установлена административная ответственность.

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 «Газпромбанк» (АО) виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 6 статьи 14.3. КоАП РФ.

2. Применить к «Газпромбанк» (АО) меру ответственности в виде административного штрафа за ненадлежащую рекламу в размере 300 000 (триста 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.