

ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 16

о наложении штрафа по делу № 4-05/139

об административном правонарушении

Управление Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю, рассмотрев протокол об административном правонарушении от 01 февраля 2013 года и материалы дела № 4-05/139 об административном правонарушении, в отношении АКБ «Банк Москвы» (ОАО) в связи с распространением рекламы финансовых услуг. Дело рассмотрено в присутствии представителя АКБ «Банк Москвы» (ОАО).

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Хабаровским УФАС России 26 октября 2012 г. в г. Хабаровске на пересечении ул. Калинина – ул. Серышева отслезжена наружная реклама (призматрон) АКБ «Банк Москвы» (ОАО), следующего содержания:

Крупным шрифтом:

«Ипотека от 9, 55% годовых. Мечта о своих квадратных метрах становится реальностью. Банк Москвы вместе с Вами. www.btm.ru. 8 800 200 23 26. Комсомольская, д.85- а. Группа ВТБ».

Мелким шрифтом:

«Ипотечные кредиты от 490 000 руб. РФ для Москвы и МО и 170 000 руб. РФ для других регионов РФ (эквивалент курсу ЦУБ в валюте кредита на дату подачи Заявления - анкеты Банку). Размер процентной ставки от 9, 55 % годовых до 13, 65% на срок от 3 до 30 лет. Данная процентная ставка устанавливается для ипотечного кредита на покупку квартиры на вторичном рынке жилья, при кредитовании в долларах США/Евро на срок кредита до 7 лет (включительно) при подтверждении дохода справкой по форме НДФЛ при наличии доп. страхования и с учетом скидки для сотрудников корпоративных клиентов Банка в размере 0, 65%».

Указанная реклама распространялась в период с 01.10.2012 г. по 31.10.2012 г.

Согласно части 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.

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 расходы 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.

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.

К условиям, определяющим стоимость кредита для заемщика, относятся: сумма кредита, срок кредитного договора, процентная ставка, единовременные и периодически взимаемые платежи, неустойка за просроченную задолженность по погашению кредита, информация о возможном досрочном (полном или частичном) погашении кредита, комиссия за обналичивание, стоимость кредитной карты, а также иные условия, если их включение в кредитный договор может повлиять на сумму денежных средств, которую заемщик должен выплатить кредитору по кредитному договору.

В указанной рекламе доступно (крупным шрифтом) отражено только привлекательное для потребителя рекламы условие: процентная ставка.

Данная процентная ставка предоставляется в иностранной валюте, клиенту, являющемуся сотрудником зарплатного и/или сотрудником корпоративного клиента Банка, сроком до 7 лет, при наличии всех видов страхования.

Необходимая информация нанесена на баннеры наружной рекламы мелким шрифтом, что не позволяет потребителю рекламы ознакомиться и воспринять информацию о сумме, валюте, сроке кредита и это вводит потребителя в заблуждение, что при пользовании обозначенной услугой возможно предоставление указанной процентной ставки при займе любой суммы, на любой срок, в любой валюте.

Также, реклама не позволяет определить о какой именно валюте кредита идет речь, так как, указание в ней только одного условия – минимальной возможной процентной ставки без указания валюты кредита, является неполной информацией по условиям, влияющим на окончательную сумму расходов, которую может понести заемщик при заключении договора кредита.

При этом иные условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее, напечатаны мелким нечитаемым шрифтом, что не позволяет потребителю рекламы ознакомиться и воспринять полную информацию о кредите.

Формальное присутствие в рекламе обозначенных условий не позволяют потребителю воспринимать данные сведения, и, следовательно, не может расцениваться как их наличие.

Таким образом, в нарушение требований приведенных выше норм закона указанные условия, являющиеся существенной информацией для потенциальных потребителей, в рекламе не указаны.

Сумма расходов, которую понесут потребители, получившие кредит в АКБ «Банк Москвы» (ОАО), формируется из тех выплат, которые осуществит заемщик по кредитному договору в течение срока, на который выдан кредит, исходя из суммы кредита.

На основании изложенного следует, что данная информация должна доводиться до потребителей рекламы наряду с другими условиями, так как она может существенно изменить стоимость кредита и повлиять на сумму расходов заемщика по кредиту.

Сведения, размещенные в нижней части рекламоносителя, не доступны, так как нанесены мелким шрифтом, что не позволяет потребителю рекламы ознакомиться и воспринять информацию о сроке кредита, валюте, процентных ставках, комиссиях, необходимости страхования и это вводит потребителя в заблуждение. Для пассажиров и водителей движущегося транспорта время считывания рекламной информации ограничено и, следовательно, информация, нанесенная на баннер мелким шрифтом, также недоступна для восприятия.

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.

Учитывая изложенное, несмотря на формальное наличие в рекламе существенной информации о части условий по кредиту, форма предоставления данных сведений такова, что они не воспринимаются потребителями и фактически в рекламе отсутствуют, так как размер шрифта маленький и исключена возможность максимального приближения к ней потребителя (рекламная конструкция формата 3м на 6 м высотой более 3м).

Поскольку существенной является не только информация привлекательная для потребителей (написана 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.

Для пассажиров и водителей движущегося транспорта время считывания рекламной информации ограничено и, следовательно, информация, нанесенная на баннер мелким шрифтом, также недоступна для восприятия.

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.

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

Отсутствие в рекламе существенной информации, в том числе об условиях ипотечного договора, требующих дополнительных затрат потребителя и влияющих на фактическую стоимость кредита для заемщика, АКБ «Банк Москвы» (ОАО) вводит в заблуждение относительно стоимости товара (кредитного договора), что является нарушением части 7 статьи 5, пункта 2 части 2, части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

Кроме того:

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).

В рекламе присутствует наименование банка, но оно выполнено мелким нечитаемым шрифтом, в связи с чем, является недоступным для восприятия.

В процессе рассмотрения дела представитель банка не согласился с выявленным нарушением, указав, что вся необходимая информация присутствует в рекламе, в связи с чем, просил прекратить дело.

Данный довод не принимается по вышеизложенным основаниям.

Согласно части 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований части 7 статьи 5, части 1, пункта 2 части 2, части 3 статьи 28 закона.

Рекламодателем – лицом, несущим ответственность за содержание рекламы, является АКБ «Банк Москвы» (ОАО) в лице Хабаровского филиала. Данный факт подтверждается письмом ООО «Тур Медиа» от 31.10.2012 г. вх. № 5/9035, агентским договором, заключенным между ООО «Тур Медиа» и АКБ «Банк Москвы» (ОАО) в лице Хабаровского филиала от 11 ноября 2010 года, актом выполненных работ от 02. 10. 2012 года.

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

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 АКБ «Банк Москвы» (ОАО) виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3. КоАП РФ.

2. Применить к АКБ «Банк Москвы» (ОАО) меру ответственности в виде административного штрафа за ненадлежащую рекламу в размере 100 000 (ста 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.