

## РЕШЕНИЕ

Дата оглашения решения: 08.08.2013 г.

Дата изготовления решения: 21.08.2013 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 07-32/1142, возбужденного в отношении Общества с ограниченной ответственностью «РекламаЦентр» (ОГРН 1054408615480, ИНН 4401051190, г. Кострома, ул. Ленина, д. 10, факт. адрес: г. Кострома, ул. Никитская, 28), о нарушении требований, установленных ч. 1 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в присутствии:

коммерческого директора ООО «РекламаЦентр» - <...> (паспорт <...>, доверенность №3 от 15.07.2013 г.);

представителя ООО «РекламаЦентр» - <...> (паспорт <...>, доверенность №б/н от 15.07.2013 г.),

### УСТАНОВИЛА:

На основании распоряжения Костромского УФАС России от 30.04.2013г. №46 в период с 06.05.2013 г. по 04.06.2013 г. проведена внеплановая документарная проверка по соблюдению ООО «РекламаЦентр» (далее – Общество) 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, 3 апреля 2013 года специалистами Костромского УФАС России по ул. Профсоюзная (в районе дома 25б) г. Костромы обнаружено средство стабильного территориального размещения (рекламная конструкция 3х6 кв.м.), с помощью которого распространяется реклама Совкомбанка по предоставлению кредита с условием «полгода не берем проценты по кредитам».

Согласно материалам дела, ответа рекламопроизводителя рассматриваемой рекламы – ООО «Глобус-24» рекламная информация, которая содержит наиболее привлекательные для потребителя условия «МЫ СОШЛИ С УМА! (высота (далее – h)= 24,2 см) \* СОВКОМБАНК (h=18,4) \* ПОЛГОДА (h=25,5 см) НЕ БЕРЕМ ПРОЦЕНТЫ ПО КРЕДИТАМ (h=25,2 см)\*» указана крупным шрифтом видным с дальнего расстояния.

В нижней части рекламной площади под привлекаемыми условиями мелким, нечитаемым шрифтом отражена информация о наименовании лица, оказывающего рекламируемую финансовую услугу, а также информация по предоставлению денежных средств в кредит площадью 42, 5 см<sup>2</sup> (что составляет 11,7% от общей площади представленного ООО «Глобус-24» рекламного макета, выполненного на листе формата А4 площадью 363 см<sup>2</sup>), а именно: «Денежный кредит «6 месяцев - бесплатно»: Срок 18 мес. Сумма 30 001 – 100 000 руб. Ставка 36% годовых. При

отсутствии просроченных платежей по кредиту за 6 мес. до окончания срока действия кредитного договора Банк берет на себя ежемесячное погашение фактически начисленных % за последние 6 мес. Банк вправе отказать в предоставлении кредита без объяснения причин. ООО ИКБ «Совкомбанк» (h=5,9 см). Генеральная лицензия Банка России №963. На правах рекламы (h=4,2 см)».

Таким образом, имея возможность для размещения текста, содержащего сведения: о наименовании лица, оказывающего финансовую услугу, об условиях предоставления денежных средств в кредит, большей площадью, большим размером шрифта, рекламодатель осознанно изготовил рассматриваемую рекламу в таком виде, при котором несоразмерность площадей, шрифтов текстов (привлекаемой, существенной информации), привела к потере читаемости наименования лица, оказывающего рекламируемую услугу, условий оказания данной услуги, что создало условия для введения потребителей в заблуждение.

А формальное присутствие в рекламе рассматриваемых сведений не позволяет потребителю их воспринимать, следовательно, не может расцениваться как их наличие.

На основании вышеизложенного, рекламодателем рассматриваемой рекламы используется в рекламе такой визуальный прием, как неодинаковый размер шрифта, площадей размещаемой информации, которая касается одной финансовой услуги — размещение привлеченных во вклады (до востребования и на определенный срок) денежных средств физических и юридических лиц от своего имени и за свой счет (кредитование).

Согласно материалам дела рекламодателем рассматриваемой рекламы является Общество с ограниченной ответственностью Инвестиционный коммерческий банк «Совкомбанк» - ООО ИКБ «Совкомбанк» (лицензия на осуществление банковских операций №963 от 15.03.2004 г.).

Пункт 1 статьи 3 Закона о рекламе устанавливает, 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 и поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке.

Указанная выше информация подпадает под определение рекламы и содержит все её признаки:

адресована неопределенному кругу лиц и направлена на продвижение такой услуги, как кредитование,

распространяется с помощью средства стабильного территориального размещения – рекламной конструкции.

Согласно п. 6 ст. 4 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» ООО ИКБ «Совкомбанк» является финансовой организацией.

Следовательно, рассматриваемая реклама 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 Совкомбанк имеет полное наименование – Общество с ограниченной ответственностью Инвестиционный коммерческий банк «Совкомбанк» и сокращенное наименование - ООО ИКБ «Совкомбанк».

При таких обстоятельствах рассматриваемая реклама не содержит наименование или имя лица, оказывающего услугу по кредиту (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 три 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 (11,7% от общей рекламной 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») рекламодатель 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.

Следовательно, рассматриваемая реклама кредита с наиболее привлекаемым для потребителя условием «Полгода не берем проценты», распространяющаяся в период с 01 апреля по 30 апреля 2013 г. с помощью наружной рекламной конструкции (сторона Б) по адресу: г. Кострома, ул. Профсоюзная, в районе дома 25б, противоречит требованиям, установленным частью 1 статьи 28 Закона о рекламе.

Часть 7 статьи 38 Закона о рекламе устанавливает, что ответственность за нарушение требований, установленных ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

Согласно материалам дела рекламодателем, лицом, осуществляющим распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (п. 7 ст. 3 Закона о рекламе), является ООО «РекламаЦентр».

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, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу кредита «Полгода не берем проценты», предоставляемого ООО ИКБ «Совкомбанк», распространявшуюся в период с 01 апреля по 30 апреля 2013 г. с помощью наружной рекламной конструкции (сторона Б) по адресу: г. Кострома, ул. Профсоюзная, в районе дома 25б, ненадлежащей, поскольку нарушены требования ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе.

2. Выдать ООО «РекламаЦентр» предписание о прекращении нарушения ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе в рекламе финансовых услуг.

3. 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

#### ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения  
законодательства Российской Федерации о рекламе

08.08.2013 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,

на основании своего решения от 08.08.2013 г. по делу № ВД 07-32/1142 о признании рекламы кредита «Полгода не берем проценты», предоставляемого ООО ИКБ «Совкомбанк», распространявшуюся в период с 01 апреля по 30 апреля 2013 г. с помощью наружной рекламной конструкции (сторона Б) по адресу: г. Кострома, ул. Профсоюзная, в районе дома 25б, ненадлежащей, поскольку нарушены требования ч. 1 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Закона о рекламе, пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбуждённых по признакам нарушения

законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Обществу с ограниченной ответственностью «РекламаЦентр» (ОГРН 1054408615480, ИНН 4401051190, г. Кострома, ул. Ленина, д. 10, факт. адрес: г. Кострома, ул. Никитская, 28) прекратить нарушение требований ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе, а именно: распространять любыми способами рекламу финансовых услуг, противоречащую требованиям части 1 статьи 28 Закона о рекламе.

2. ООО «РекламаЦентр» в срок до 10.10.2013 года представить в Костромское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания.

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

Предписание изготовлено в полном объеме 21.08.2013 года.

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

Председатель Комиссии

О.В. Ревельцев

Члены Комиссии:

Т.А. Дмитриева

И.Н. Баданова

- [reshenie\\_reklamacentr.doc](#)
- [predpisanie\\_reklamacentr.doc](#)