РЕШЕНИЕ **по делу № 021/05/5-165/2019**

05 июня 2019 г. г. Чебоксары

Комиссия Чувашского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения Федерального закона от 13.06.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Комиссия) в составе:
председатель Комиссии: «…» члены Комиссии: «…» рассмотрев дело № 021/05/5-165/2019, возбужденное в отношении ПАО ПКБ «Металлинвестбанк» (ИНН 7709138570, КПП 770601001, ОКПО 17535627, ОГРН 1027700218666, адрес: 119180, г. Москва, ул. Большая Полянка, д. 47, стр. 2) по признакам нарушения требований, установленных частью 7 статьи 5, частью 3 статьи 28 Федерального закона от 13.06.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения Закона о рекламе - представителей ПАО ПКБ «Металлинвестбанк»: «…»

УСТАНОВИЛА:

Чувашским УФАС России, в порядке части 2 статьи 36 Федерального закона от 03.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе) рассмотрено дело по признакам нарушения требований части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Закона о рекламе в отношении ПАО ПКБ «Металлинвестбанк».

Основанием для возбуждения дела послужило осуществление 25.04.2019 Чувашским УФАС России контрольного мероприятия по соблюдению требований Закона о рекламе при размещении наружной рекламы в границах г. Чебоксары.

В связи с чем, на щитовой рекламной конструкции, расположенной по проспекту Московский, между остановками «Кинотеатр «Сеспель»» и «Улица Т. Кривова», установлено размещение наружной рекламы ПАО ПКБ «Металлинвестбанк» (далее - также банк) с предложением финансовой услуги в предоставлении потребительского кредита с процентной ставкой от 9,8%, при этом, условия предоставления кредита сообщены мелким шрифтом, не позволяющим воспринять их содержание.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе под рекламой понимается информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. Содержание вышеуказанной информации, соответствует всем квалифицирующим признакам рекламы, определенным статьей 3 Закона о рекламе.
Таким образом, рассматриваемая информация является рекламой и к ней применимы все требования, установленные Законом о рекламе. В ходе рассмотрения дела установлено следующее. Из информации, представленной ПАО ПКБ «Металлинвестбанк» следует, что объектом рекламирования финансовых услуг банка является кредитный продукт программы «Премиум +» потребительский кредит наличными на любые цели для физических лиц».
При этом, общество не оспаривая, что является рекламодателем данной рекламы, указывает, что обязанность по размещению и определению способа, места и средства рекламы, в соответствии с должностной инструкцией и приказом о возложении обязанностей, возложена на Директора Операционного офиса "Чебоксарский" Нижегородского филиала ПАО ПКБ «Металлинвестбанк» «…» Таким образом, с учетом возложенных полномочий, выбор объекта для размещения рекламы (щитовая рекламная конструкция по проспекту Московский г. Чебоксары) осуществлен вышеуказанным лицом. Размещение рекламы состоялось в соответствии с агентским договором от 27.01.2016 № МИ 27/01/16, заключенным между банком и ООО "Медиа Импакт" (ИНН 772 765273, 251301,г. Москва, Старопетровский проезд, д.7А, стр.6).
Таким образом, антимонопольным органом установлено, что рекламодателем рассматриваемой рекламы явилось ПАО ПКБ «Металлинвестбанк». В заседание Комиссии банком представлены пояснения, из которых следует, что вопрос восприятия водителями и пассажирами всего содержания текста рекламы в предоставлении финансовой услуги не является однозначным в силу следующего. Реклама потребительского кредита банка была размещена на конструкции по проспекту Московский г. Чебоксары и содержала все существенные условия, определяющие полную стоимость кредита и все остальные условия, необходимые в силу действующего законодательства. Рекламный щит расположен на городской магистрали, где средняя скорость составляет 40 км. в час, и использованный шрифт текста рекламы, с учетом скорости движения транспортных средств, обеспечивал нормальное восприятие водителями и пассажирами всего содержания рекламы. Кроме того, ПАО ПКБ «Металлинвестбанк» полагало, что реклама предназначалась для всех участников движения, в том числе, для пешеходов, скорость движения которых существенно повышает восприятие рекламы. При этом, в связи с тем, что рассматриваемая реклама явилась предметом реагирования антимонопольного органа, банк произвел демонтаж рекламы на данном щите, о чем свидетельствуют представленные в материалы дела доказательства в виде фотоматериала. *Оценив и проанализировав представленные в заседании Комиссии материалы и заявленные доводы лиц, участвующих в деле, Комиссия приходит к следующему.* Общие требования к рекламе установлены статьей 5 Закона о рекламе. В силу части 1 данной статьи определено, что реклама должна быть добросовестной и

достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются. Частью 7 статьи 5 Закона о рекламе определено, что 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. Кроме того, требования к рекламе финансовых услуг определены статьей 28 Закона о рекламе. При этом, частью 3 статьи 28 Закона о рекламе установлено, что если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, пользованием им и погашением кредита или займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита. Указанное банком обстоятельство на то, что нормами Закона о рекламе не установлен размер шрифта текста, место размещения, с учетом скорости движения транспортных средств и его восприятия участниками дорожного движения, в котором должна быть приведена обязательная в силу закона информация, не свидетельствует о том, что размер шрифта, форма и способ его передачи может быть любым, поскольку, как следует из положений статьи Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной и не должна водить в заблуждение относительно фактических условий банковской услуги. Доводы банка об отсутствии в рекламе нарушений Закона о рекламе, добросовестности действий по размещению рекламы, читабельности шрифта, возможности при желании потребителя, прочесть мелкий шрифт, в котором, в том числе, указаны все условия в получении кредита, не могут быть приняты во внимание по следующим основаниям.
Пленум Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации в пункте 28 постановления от 08.10.2012 N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» разъясняет, что 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, указания всех существенных условий о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования. При этом, в рекламе существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой. Поэтому, если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегль), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования (часть 7 статьи 5 Закона о рекламе).

В рассматриваемом случае, наиболее выгодное и привлекательное условие - низкая процентная ставка от 9,8%, в отсутствие указания в рекламе такого существенного условия, как период действия процентной ставки (год, месяц, либо иной периода) выделено в рекламе ярко и броско, крупным шрифтом, чтобы воспринималась только данная информация. При этом, менее или вовсе непривлекательные обременительные коммерческие условия (в том числе, фактическая стоимость кредита, надбавки и расходы заемщика, дополнительные условия или ограничения) размещены в рекламе мелким, не читаемым шрифтом, который невозможно разобрать одномоментно и требует серьезного напряжения зрения, в том числе, в случае оказания в непосредственной близости к рекламному щиту. Кроме того, указанная рекламная конструкция располагается непосредственно вдоль проезжей части оживленной дороги, и таким образом мелкий, плохо читаемый шрифт, с существенными условиями финансовой услуги, не может быть воспринят всеми категориям потребителей надлежащим образом. Потенциальными потребителями данной рекламы, в основном, являются водители и пассажиры транспортных средств, которые находятся в движении, что дополнительно усложняет прочтение текста, который требует четкого осознания предлагаемой информации, а также ее понимания и уяснения без совершения действий, направленных на специальное, длительное сосредоточенное внимание. Таким образом, с учетом способа и особенности размещения рассматриваемой рекламы, а также свойств человеческого зрения, все необходимые существенные условия в предоставлении финансовой услуги не воспринимаются потребителями в должной мере. Указанное обстоятельство может приводить к искажению смысла рекламы и вводить ее потребителей в заблуждение.
Именно эту особенность, с учетом места размещения рекламы, использовал банк, предлагая ставку по своему кредитному продукту в наиболее выгодном ярком формате - от 9,8%. При этом, иные существенные условия рекламируемого продукта указаны гораздо более мелким шрифтом, затрудняющим их восприятие, в отличие от вышеуказанной процентной ставки по кредиту. Формальное присутствие в рекламе условий предлагаемой услуги, не позволяющих потребителю воспринимать их ввиду того, что они выполнены мелким нечитаемым шрифтом, не может рассматриваться как наличие этих условий (Постановление ФАС Волго-Вятского округа от 07.02.2012 по делу N А79-3324/2011).
В связи с этим, недопустимо указывать только привлекательные условия – процентную ставку кредита без обозначения полной стоимости кредита и всех существенных условий (решение Московского УФАС России от 16.10.2014 по делу N 08-21/38-14).

Подобного рода недобросовестная реклама может создать у потребителей иллюзию коммерчески привлекательного продукта в отсутствие полной информации обо всех его параметрах. При этом, оценка такой рекламы должна осуществляется и с позиции

обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями. Узнавая о скрытых аспектах получения кредита уже на стадии заключения договора по его получению, заемщику может оказаться сложнее отказаться от невыгодных для него условий, поскольку он уже пришел в банк и рассчитывал на получение кредитных средств. Используя подобную рекламу, банк злоупотребляет правом, что является недопустимым (Постановление Арбитражного суда Восточно-Сибирского округа от 26.05.2015 N Ф02-2148/2015). Кроме того, не допускается реклама финансовых услуг, в которой при указании хотя бы одного условия влияющего на его стоимость, отсутствуют остальные условия о рекламируемом продукте, определяющие полную стоимость кредита (часть 3 статьи 28 Закона о рекламе). В данном случае, материалы дела свидетельствуют, что спорная реклама с привлекательной для потребителя информацией размещена крупным шрифтом, а иные существенные условия получения кредита - способом, затрудняющим восприятие условий, не позволяющим всем категориям потребителей воспринимать данные сведения. В связи с чем, Комиссия приходит к выводу, что формальное присутствие в рекламе условий предлагаемой услуги, не позволяющих потребителю воспринимать их ввиду того, что они выполнены, в том числе, мелким, труднодоступным шрифтом, не может рассматриваться как их фактическое наличие, поскольку может ввести потребителей рекламы в заблуждение относительно всех существенных условиях предлагаемого кредита и основания его получения. В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение указанных требований несет рекламодатель. В силу пункта 5 статьи 3 Закона о рекламе рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо. Как следует из материалов дела, и не опровергается ПАО ПКБ «Металлинвестбанк», лицом, определившим объект рекламирования и (или) содержание рекламы является ПАО ПКБ «Металлинвестбанк», соответственно оно является рекламодателем рассматриваемой рекламы. На этом основании, ответственность за выявленное нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5, частью 3 статьи 28 Закона о рекламе возлагается на ПАО ПКБ «Металлинвестбанк». При этом, материалами дела установлено, что размещение рассматриваемой рекламы на момент рассмотрения дела прекращено.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона рекламе антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный контроль за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе, вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. В связи с тем, что распространение недостоверной рекламы осуществлялось в определенный период времени и в настоящее время прекращено, Комиссия пришла к выводу об отсутствии основания выдачи ПАО ПКБ «Металлинвестбанк» предписания о прекращении нарушения части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Закона о рекламе.

Руководствуясь частью 2 пункта 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 Закона о рекламе, Комиссии

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу, распространяемую ПАО ПКБ «Металлинвестбанк» (ИНН 7709138570, КПП 770601001, ОКПО 17535627, ОГРН 1027700218666, адрес: 119180, г. Москва, ул. Большая Полянка, д. 47, стр. 2) в период с 02.04.2019 по 27.05.2019 по проспекту Московский г. Чебоксары, между остановками «Кинотеатр «Сеспель»» и «Улица Т. Кривова», ненадлежащей, поскольку ее содержание нарушает требования части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Закона о рекламе. 2. Признать ПАО ПКБ «Металлинвестбанк» нарушившим часть 7 статьи 5, часть 3 статьи 28 Закона о рекламе. 3. Предписание о прекращении нарушения Закона о рекламе не выдавать. 4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ПАО ПКБ «Металлинвестбанк».

Председатель Комиссии «...»

Члены Комиссии «...»

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