

РЕШЕНИЕ

20 октября 2015 г.

г. Липецк

Резолютивная часть решения объявлена 08 октября 2015 года

Решение в полном объеме изготовлено 20 октября 2015 года

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

председатель: - руководитель управления А.А. Сешенов,

члены комиссии:- начальник отдела рекламы и недобросовестной конкуренции Д.А. Шелестенко,

- специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции И.Г. Дубовская,

рассмотрев дело № 15 по признакам нарушения ч.7 ст.5, п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» публичным акционерным обществом «РОСБАНК» <...>,

в отсутствие:

представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе — ПАО «РОСБАНК»,

УСТАНОВИЛА:

В г. Липецк по ул. Космонавтов в районе памятника авиаторам 15.07.2015 на рекламной конструкции со сменным изображением распространялась реклама следующего содержания: «Кредит наличными от 14.4 %¹ ПРИБЛИЖАЕМ МЕЧТЫ РОСБАНК SOCIETE GENERALE GROUP ... <...>».

Статья 1 ФЗ «О рекламе» в числе целей данного Федерального закона устанавливает, в том числе, реализацию права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

В силу п. 1 ст. 3 Закона реклама – 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 и поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

п. 2 ст. 3 ФЗ «О рекламе» говорит, 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.

п. 3 ст. 3 ФЗ «О рекламе» гласит, что товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Объектом рекламирования в указанной выше рекламе является банковская услуга «кредит наличными от 14,4%».

Согласно п. 4 ст. 3 Закона ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В силу ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения и использования, если при этом искажается смысл информации, и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

В соответствии с п. 2 ч. 2 ст. 28 Федерального закона «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.

Часть 3 ст. 28 ФЗ «О рекламе» говорит: если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита, пользованием 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 заёмщика и влияющие на неё.

С целью осуществления Управлением Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области (далее – Липецкое УФАС России, антимонопольный орган) своих полномочий по государственному надзору за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе: предупреждению, выявлению и пресечению нарушений физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе были запрошены необходимые документы и информация.

В результате анализа поступивших в Липецкое УФАС России документов и информации установлено, что рекламодателем указанной выше рекламной информации является публичное акционерное общество «РОСБАНК» <...>, которое заключило соглашение о проведении на территории Российской Федерации рекламных кампаний и размещении рекламно-информационных материалов с обществом с ограниченной ответственностью «Дэнцу Эйджис Си Эс» (ранее – ООО «Эйджис Медиа Си Эс»). Рекламная информация размещалась на рекламной конструкции со сменным изображением, принадлежащей обществу с ограниченной ответственностью «Липецк-Аутдор» <...>.

Из представленного ПАО «РОСБАНК» (далее – общество, банк) макета

рекламы видно, что текст, размещенный в правой нижней части рекламы шрифтом очень маленького размера, звучит следующим образом: «¹ Процентные ставки по кредиту (% годовых): от 14,4 до 29,9 % в рублях; срок кредита: от 6 до 60 месяцев с шагом в 1 месяц; сумма кредита: от 30,000 до 3,000,000 рублей. Для отдельных категорий клиентов ставка может быть снижена при отдельных условиях, с которыми вы можете ознакомиться на сайте www.rosbank.ru. Параметры кредита зависят от категории клиента, срока кредита, первоначального взноса и Договора страхования жизни и здоровья Заемщика. Стоимость страховой защиты зависит от выбранной Программы страхования. С перечнем аккредитованных страховых компаний можно ознакомиться на сайте Банка www.rosbank.ru. С условиями страхования и тарифами можно ознакомиться на сайте или по телефону выбранной страховой компании. Банк оставляет за собой право отказать в выдаче кредита без объяснения причин. В расчет полной стоимости кредита включены все платежи, указанные в п. 4 ст. 6 Федерального закона от 21.12.2013 г. № 353-ФЗ. Генеральная лицензия № 2272 от 28.01.15 г.».

В виду того, что привлекательная для потребителя информация является читаемой и доступной (кредит наличными от 14,4 %), а информация, обязательная в силу закона, выполнена буквами маленького размера, исключая факт её восприятия, антимонопольный орган приходит к выводу, что, в распространенной посредством использования рекламной конструкции со сменным изображением рекламе, информация об остальных существенных условиях предоставления кредита, влияющих на его фактическую стоимость, отсутствует.

Делая вывод о невозможности прочтения информации, антимонопольный орган руководствуется совокупностью следующих обстоятельств размещения рекламы: месторасположение (рядом с проезжей частью на тротуаре, расстояние, на котором размещена реклама для неопределенного круга лиц); ограниченное время считывания информации; информация, содержащая остальные существенные условия предоставления кредита, выполнена буквами очень маленького размера и не контрастным цветом.

Реклама должна быть добросовестной и достоверной и не должна вводить в заблуждение потребителей. Информация об условиях предоставления кредита наличными является существенной.

То обстоятельство, что законодательство не содержит понятия шрифта маленького размера, не свидетельствует о том, что размер шрифта может быть любым. Формальное присутствие в рекламе сведений об условиях предоставления кредита, напечатанных мелким, не читаемым шрифтом, не позволяет потребителю воспринимать данные сведения, не может рассматриваться как их наличие.

Также необходимо отметить, что технические условия размещения рекламы лишают возможности потребителей получить полный текст рекламы, делая доступным только основной ее текст.

Согласно Постановлению Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ № 58 от 08 октября 2012г., 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 обязательных сведений или условий оказания

услуг. Поэтому, если соответствующая информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт, цветовая гамма и т.п.), и это обстоятельство приводит к искажению смысла информации и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то такая информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования.

Нарушение ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе» связано с не представлением потребителю обязательной в силу Закона информации об условиях предоставления финансовой услуги – кредит наличными.

Распространенная рекламная информация о возможности получения в банке кредита наличными с процентной ставкой от 14,4% годовых направлена на формирование у потребителей желания ею воспользоваться, при этом существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламы. Отсутствие информации об условиях предоставления кредита может привести к искажению смысла рекламы и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой банковской услугой.

Закон обязывает формировать у потребителя рекламы правильное (достоверное) представление о соответствующем товаре, реклама должна носить понятный, не двусмысленный характер, и не должна вводить потребителя в заблуждение. При этом потребитель рекламы вправе рассчитывать на формирование неискаженного представления об услуге при восприятии конкретного рекламоносителя, а не совокупности всех распространенных к определенному моменту рекламных материалов.

В нарушение п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28 ФЗ «О рекламе» реклама умалчивает об иных условиях оказания банковской услуги по кредитованию, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугой лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугой лица, не содержит всех остальных условий, определяющих фактическую стоимость кредита для заёмщика и влияющих на неё.

В соответствии со ст. 30 ФЗ «О банках и банковской деятельности» отношения между Банком России, кредитными организациями и их клиентами осуществляется на основе договоров, если иное не предусмотрено федеральным законом. В договоре должны быть указаны процентные ставки по кредитам, стоимость банковских услуг и сроки их выполнения, в том числе сроки обработки платёжных документов, имущественная ответственность сторон за нарушения договора, включая ответственность за нарушение обязательств по срокам осуществления платежей, а также порядок его расторжения и другие существенные условия договора.

Исходя из норм Гражданского кодекса РФ и ФЗ «О банках и банковской деятельности», существенными условиями кредитного договора являются: сумма кредита, срок и порядок его предоставления заёмщику, срок и порядок возврата полученного кредита, размер и порядок уплаты кредитору процентов. В соответствии с Постановлением Пленума Высшего Арбитражного Суда

Российской Федерации № 58 от 08.12.2012 г. 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 основном тексте рекламы ПАО «РОСБАНК», выполненном крупным шрифтом и контрастным цветом, сообщается о минимальной процентной ставке по кредиту – 14,4% годовых, в связи с чем, необходимо было в доступной для потребителя форме указать иные существенные условия предоставления кредита, влияющие на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугой лица, а также определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на неё: максимальную процентную ставку по кредиту, минимальную и максимальную сумму кредита, минимальный и максимальный срок кредита, требования к заемщику и другие.

Согласно ч. 6 ст. 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных, в частности, ч. 7 ст. 5, ст. 28 Закона несёт рекламодатель, которым, в силу п. 5 ст. 3 Закона, является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, то есть ПАО «РОСБАНК».

Таким образом, реклама ПАО «РОСБАНК» следующего содержания: «Кредит наличными от 14,4 %¹ ПРИБЛИЖАЕМ МЕЧТЫ РОСБАНК SOCIETE GENERALE GROUP ... <...>», распространенная в г. Липецк 15.07.2015 на рекламной конструкции со сменным изображением, установленной по ул. Космонавтов в районе памятника авиаторам, содержит признаки нарушения ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28 ФЗ «О рекламе», так как в рекламе отсутствует часть существенной информации об условиях оказания банковской услуги (кредит наличными от 14,4 %), реклама умалчивает об иных условиях предоставления кредита, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, и не содержит всех остальных условий, определяющих фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющих на неё.

Письмом Федеральной антимонопольной службы от 14.08.2015 исх. № АК/42246/15 Липецкое УФАС России наделено полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в отношении публичного акционерного общества «РОСБАНК» <...>.

Определением о возбуждении дела № 15 по признакам нарушения законодательства о рекламе от 21.09.2015 в отношении ПАО «РОСБАНК» возбуждено дело и назначена дата рассмотрения дела на 09 часов 00 минут 08 октября 2015 года в Липецком УФАС России.

На рассмотрение дела представитель ПАО «РОСБАНК» не явился. О времени и месте рассмотрения дела № 15, возбужденного по признакам нарушения ФЗ «О рекламе», ПАО «РОСБАНК» уведомлено надлежащим образом, о чем свидетельствуют доказательства в материалах дела. Копии документов и

информация, запрошенная определением о возбуждении дела в Липецкое УФАС России не поступали.

Учитывая доказательства в материалах дела, Комиссия Липецкого УФАС России пришла к выводу о том, что в рекламе ПАО «РОСБАНК» следующего содержания: «Кредит наличными от 14.4 %¹ ПРИБЛИЖАЕМ МЕЧТЫ РОСБАНК SOCIETE GENERALE GROUP ... <...>», распространенная в г. Липецк 15.07.2015 на рекламной конструкции со сменным изображением, установленной по ул. Космонавтов в районе памятника авиаторам, отсутствует часть существенной информации об условиях оказания банковской услуги (кредит наличными от 14,4 %), реклама умалчивает об иных условиях предоставления кредита, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, и не содержит всех остальных условий, определяющих фактическую стоимость кредита для заёмщика и влияющих на неё, поскольку условия распространения рекламы (месторасположение - рядом с проезжей частью на тротуаре, расстояние, на котором размещена реклама для неопределенного круга лиц; ограниченное время считывания информации; информация, содержащая остальные существенные условия предоставления кредита, выполнена буквами очень маленького размера и не контрастным цветом) не позволяют ее потребителям ознакомиться с полным текстом.

Проанализировав имеющиеся в деле доказательства, в результате совещания, руководствуясь п.1 ч.2 ст.33, ч.1 ст.36 Федерального 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 публичным акционерным обществом «РОСБАНК» следующего содержания: «Кредит наличными от 14.4 %¹ ПРИБЛИЖАЕМ МЕЧТЫ РОСБАНК SOCIETE GENERALE GROUP ... <...>», распространённую в городе Липецк 15.07.2015 на рекламной конструкции со сменным изображением, установленной в районе памятника авиаторам по ул. Космонавтов, т. к. нарушены требования ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28 ФЗ «О рекламе».

2. Не выдавать ПАО «РОСБАНК» предписание об устранении нарушений законодательства о рекламе в связи с окончанием срока распространения рекламы.

3. Передать материалы дела должностному лицу Липецкого УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.