

РЕШЕНИЕ № 582-ФАС52-07/12

04 июля 2012 года

г.Н.Новгород

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области по рассмотрению дел о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

- Смирнов С.В. - председатель Комиссии, заместитель руководителя управления;
- Швецова О.Ю. - член Комиссии, начальник отдела контроля финансовых рынков, рекламы и недобросовестной конкуренции;

член Комиссии, специалист-эксперт отдела контроля

- Ульянов А.С. - **финансовых рынков, рекламы и недобросовестной конкуренции,**

рассмотрев дело № 582-ФАС52-07/12, возбужденное в отношении Открытого акционерного общества «БАНК УРАЛСИБ» (юридический адрес: 119048, Россия г. Москва, ул. Ефремова, 8), по признакам нарушения части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе»), в присутствии представителя ОАО «УРАЛСИБ» по доверенности № 12УЦО от 29 февраля 2012 года Любимова В.В.,

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления контроля за соблюдением требований Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» специалистами Нижегородского УФАС России 17 апреля 2012 года на рекламной конструкции, размещённой в городе Нижнем Новгороде на улице Белинского, между домами № 64 и №78, выявлено рекламное сообщение ОАО «УРАЛСИБ» следующего содержания: «10%. Под ключ. Ипотека в новостройках, Оформите заявку на кредит до 31 мая 2012г. 8 800 500 00 00. bankuralsib.ru Уралсиб/банк». В правой части рекламного сообщения изложена информация об иных условиях предоставления кредита.

Специалистами Нижегородского УФАС России составлен Акт наблюдения от 17 апреля 2012 года с приложением фотографий рекламного сообщения.

ФАС России письмом от 29.05.2012 № АК/16733 наделила Нижегородское УФАС России полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела в отношении ОАО «УРАЛСИБ» (юридический адрес: 119048, Россия г. Москва, ул. Ефремова, 8).

15 июня 2012 года Нижегородским УФАС России в отношении ОАО «УРАЛСИБ» вынесено Определение о возбуждении дела №582-ФАС52-07/12 по признакам нарушения части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

02 июля 2012 года состоялось рассмотрение Комиссией Нижегородского УФАС России дела № 582-ФАС52-07/12 по существу. В ходе рассмотрения дела объявлен перерыв до 04 июля 2012 года 11 часов 00 минут.

Заслушав доводы представителя ответчика, исследовав имеющиеся в деле доказательства, Комиссия Нижегородского УФАС России приходит к следующим выводам.

На рекламной конструкции, размещённой в городе Нижнем Новгороде на улице Белинского, между домами № 64 и №78, размещалось рекламное сообщение ОАО «УРАЛСИБ» следующего содержания: *«10%. Под ключ. Ипотека в новостройках, Оформите заявку на кредит до 31 мая 2012г. 8 800 500 00 00. bankuralsib.ru Уралсиб/банк»*. В правой части рекламного сообщения изложена информация об иных условиях предоставления кредита.

О данном факте составлен акт от 17 апреля 2012 года с приложением фотографий.

ОАО «УРАЛСИБ» (Клиент) заключило с Обществом с ограниченной ответственностью «Эд оклок» (Агентство) Договор №3-2012/А3 от 24.01.2012г. Согласно предмету данного договора, Агентство обязуется за вознаграждение от своего имени, но по поручению и за счёт Клиента совершать сделки, направленные на представление услуг, заключение договоров в объёме, включая, но не ограничиваясь нижеследующим: стратегическое и тактическое планирование рекламной кампании Клиента, включая разработку медиа-планов; размещение рекламно-информационных материалов в СМИ; размещение рекламно-информационных материалов Клиента на конструкциях наружной рекламы на территории РФ; предоставление услуги по подготовке аналитических исследований по рекламной активности конкурентов; иные услуги по согласованию Сторон.

В соответствии с Дополнительным соглашением №9 к Договору №3-2012/А3 от 24.01.2012г. Агентство приняло на себя обязательства по поручению и за счёт клиента разместить рекламно-информационные материалы с рекламой ипотеки на объектах наружной рекламы в количестве 399 штук. Согласно пункта 1.3.1 данного соглашения период размещения рекламно-информационных материалов в г. Нижнем Новгороде на ул. Белинского, д.76 – с 01 апреля 2012 года по 30 апреля 2012 года.

ОАО «УРАЛСИБ» представило утверждённые Приказом Заместителя Председателя Правления Банка от 26.03.2012 №484 «Тарифы ОАО «УРАЛСИБ» «Ипотечное кредитование физических лиц на приобретение строящегося жилья» (в

российских рублях) Тарифный план «Новостройка», содержащие условия и порядок выдачи кредита на покупку недвижимости по маркетинговой акции по программе «Ипотечного кредитования физических лиц на приобретение строящегося жилья» - «Под ключ!» .

В соответствии с макетом рекламы, представленным ОАО «УРАЛСИБ» (ОАО), и фотографией рекламы, выявленной специалистами Нижегородского УФАС России, текст рекламного сообщения условно можно разделить на две информационные части:

- основная часть, написанная крупным шрифтом: «10%. Под ключ. Ипотека в новостройках, Оформите заявку на кредит до 31 мая 2012г. 8 800 500 00 00. bankuralsib.ru Уралсиб/банк»;

- часть, написанная мелким, трудным для восприятия шрифтом, содержит следующую информацию: «С 01.04.2012 г. по 31.05.2012 г. во всех филиалах Банка действует акция «Под ключ». Процентная ставка по кредиту на приобретение жилья в готовых новостройках по договору купли-продажи у юридического лица составляет 10% годовых в рублях. Процентная ставка по кредиту на приобретение строящегося жилья по договору участия в долевом строительстве (срок сдачи в эксплуатацию по проектной декларации не позднее 01.09.2012г.) составляет 12% годовых в рублях, после оформления ипотеки и выдачи закладной-10% годовых в рублях. В случае подтверждения дохода справкой по форме Банка или оформления кредита без добровольного страхования жизни ставка увеличивается на 0,5%. Первоначальный взнос составляет от 20% стоимости приобретаемой недвижимости. Сумма кредита – от 300000 до 3000000 (8000000 в гг. Москве и Санкт-Петербурге) рублей, но не более 80% стоимости объекта залога. Срок кредита – от 3 до 30 лет. Комиссии за выдачу кредита и ведение судного счёта отсутствуют. Условия акции действуют при оформлении кредитного договора до 29.06.2012г. Оплата услуг по оценке и страхованию жилого помещения, оформляемого в залог – в соответствии с тарифами третьих лиц.».

Сведения о том, что рекламируемая ставка (10%) действует в рамках маркетинговой акции по программе «Ипотечное кредитование физических лиц на приобретение строящегося жилья» - «Под ключ!» в период с 02.04.2012г. по 31.05.2012г., о сроке кредитования, минимальной сумме кредита и минимальном первоначальном взносе по кредиту, увеличении процентной ставки по кредиту в случае подтверждения заёмщиком дохода за последние 6 месяцев справкой по форме Банка или предоставления кредита без заключения договора страхования жизни и риска потери трудоспособности заёмщика, являются существенной информацией, необходимой потребителю для принятия осознанного решения. Однако данные сведения указаны в рекламе мелким, нечитаемым при используемом способе распространения шрифтом. В связи с тем, что рекламные сообщения распространялись на рекламных конструкциях, размещенных на объектах наружной рекламы, то информация о существенных условиях рекламируемой финансовой услуги – ипотека, не могла быть прочитана потребителем.

Реклама направлена на импульсивное восприятие информации потребителями, так как расположена возле проезжей части дороги, без наличия возможности потребителей рекламы более детально ознакомиться с существенными условиями

предоставления кредита.

Написание сведений о существенных условиях предоставляемого банком кредита, в форме невозможной для восприятия потребителем, искажает смысл информации и не дает потребителю рекламы соответствующего действительности представления об условиях приобретения финансовой услуги.

Формальное присутствие в рекламе обозначенных условий, напечатанных мелким, нечитаемым шрифтом, не позволяет потребителю воспринимать данные сведения, не может рассматриваться как их наличие, поскольку может ввести потребителей рекламы в заблуждение относительно того, что при пользовании обозначенной услугой при любых условиях, процентная ставка по кредиту составит 10%. Таким образом, потребителем в рекламе воспринимается единственное условие предоставляемой банком финансовой услуги – «10%».

Рекламное сообщение вообще не содержит сведений относительно минимального первоначального взноса в случае подтверждения заемщиком дохода за последние 6 месяцев справкой по форме Банка, который согласно, вышеуказанным тарифам составляет 30%. Кроме того, в рекламном сообщении отсутствует информация о размере собственных средств заемщика, когда в качестве первоначального взноса вносятся средства (часть средств) материнского (семейного) капитала или средства, предоставленные органами государственной власти в виде субсидий.

Указанные обстоятельства вводят потенциальных клиентов в заблуждение, так как не позволяют им, руководствуясь текстом рекламы, обоснованно принять решение о необходимости приобретения товара на предложенных условиях оплаты либо об отказе от этого.

Согласно пункту 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.

Таким образом, реклама ОАО «УРАЛСИБ» противоречит требованиям пункта 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Частью 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе» установлены требования к рекламе финансовых услуг.

В соответствии с 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе» 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 заемщика и влияющие на нее.

В связи с тем, что в рекламе ОАО «УРАЛСИБ» сведения, влияющие на фактические условия предоставления кредита напечатаны мелким, не читаемым шрифтом, часть существенных условий вовсе не указана, то реклама Банка противоречит требованиям части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5, частью 3 статьи 28 ФЗ «О

рекламе», несет рекламодатель.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодателем рекламного сообщения, является ОАО «УРАЛСИБ».

Таким образом, ОАО «УРАЛСИБ» нарушены требования части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

ОАО «УРАЛСИБ» не признало нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В связи с тем, что размещение рекламы ОАО «УРАЛСИБ» на момент рассмотрения дела прекращено, Комиссия Нижегородского УФАС России приняла решение не выдавать Обществу предписание об устранении нарушения.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», в соответствии с пунктами 37-44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, распространяемую ОАО «УРАЛСИБ», поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

2. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 06 июля 2012 года.

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

Члены Комиссии

О.Ю. Швецова

А.С. Ульянов Оп US P ти 12590 рублей независимо от таких факторов, как модель и мощность транспортного средства, опыт и стаж водителя, пакет выбираемых для КАСКО опций и т.д.

В соответствии с частью 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе» 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 заемщика и влияющие на нее.

Согласно макету рекламы, представленного ООО «ПЕРВЫЙ Дилерский Центр» и фотографией рекламы, выявленной специалистами Нижегородского УФАС России, текст рекламного сообщения содержит условие предоставления кредита – «от 0%», однако информации о других существенных условиях предоставления кредита (таких как срок предоставления, сумма кредита) в рекламном сообщении, отсутствует.

В связи с тем, что в рекламе ООО «ПЕРВЫЙ Дилерский Центр» сведения об условиях, влияющие на фактическую стоимость финансовых услуг - кредита и страхования отсутствуют, то реклама противоречит требованиям пункта 2 части 2, части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

[Статьей 5](#) ФЗ «О рекламе» установлено, что реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Определением о возбуждении дела №575-ФАС52-07/12 от 18 июня 2012 года ООО «ПЕРВЫЙ Дилерский Центр» надлежало в срок до 02 июля 2012 года представить договоры о совместной деятельности, заключённые с финансовыми организациями, в части страхования и кредитования, типовую форму кредитного и страхового договора. Запрашиваемые документы обществом, в установленный срок, не представлены. Из объяснений ООО «ПЕРВЫЙ Дилерский Центр» (исх.№166 от 11.07.2012г.) следует, что в рамках нового проекта по привлечению клиентов ООО «Сузуки Мотор Рус» была разработана программа, условиями которой было предоставление клиентам минимального процента по кредитам при приобретении автомобилей марки SUZUKI и условий, при которых клиент несёт минимальные расходы на страхование приобретённого им автомобиля по КАСКО. В рамках программы, предложенной ООО «Сузуки Моторс Рус», сотрудниками рекламной службы ООО «ПЕРВЫЙ Дилерский Центр» был разработан макет рекламы.

В ходе рассмотрения дела представитель ООО «ПЕРВЫЙ Дилерский Центр» пояснил, что договоры с финансовыми организациями на предоставление услуг

кредитования «от 0%» и страхования (КАСКО) «от 12590 р.» у общества на момент размещения рекламы отсутствуют.

В связи с этим, сведения о предоставлении кредита «от 0%» и КАСКО «от 12590р.», содержащиеся в рекламном сообщении не соответствуют действительности.

В соответствии с пунктом 2 [части 3 статьи 5](#) ФЗ «О рекламе» недостоверной признается реклама, в частности, содержащая не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

Таким образом, рекламное сообщение противоречит пункту 2 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Наличие в рекламе информации о возможности получения кредита «от 0%» и КАСКО «от 12590р.» направлено на создание у потребителей рекламы желания обратиться в ООО «ПЕРВЫЙ Дилерский Центр» для покупки автомобиля «SUZUKI» по выгодным для потребителя условиям: кредит – «от 0%», каско – «от 12590р.».

Указанное обстоятельство вводит потенциальных клиентов в заблуждение, так как текст рекламного сообщения содержит не соответствующую действительности информацию, не позволяющую потребителям рекламы, руководствуясь текстом рекламы, сделать вывод о необходимости обратиться в ООО «ПЕРВЫЙ Дилерский Центр» за приобретением товара.

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.

Таким образом, реклама ООО «ПЕРВЫЙ Дилерский Центр» противоречит требованиям части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 2 части 3, частью 7 статьи 5, пунктом 2 частью 2, частью 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе», несет рекламодатель.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодателем рекламного сообщения, является ООО «ПЕРВЫЙ Дилерский Центр».

Таким образом, ООО «ПЕРВЫЙ Дилерский Центр» нарушены требования пункта 2 части 3, части 7 статьи 5, пункта 2 части 2, части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

В своём объяснении от 11.07.2012г. и в ходе рассмотрения дела ООО «ПЕРВЫЙ Дилерский Центр» признало нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе.

В связи с тем, что размещение рекламы ООО «ПЕРВЫЙ Дилерский Центр» на момент рассмотрения дела прекращено, Комиссия Нижегородского УФАС России приняла решение не выдавать Обществу предписание об устранении нарушения.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», в соответствии с пунктами 37-44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, распространяемую ООО «ПЕРВЫЙ Дилерский Центр», поскольку в ней нарушены требования пункта 2 части 3, части 7 статьи 5, части 1, пункта 2 части 2, части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

2. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 16 августа 2012 года.

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

Председатель Комиссии

С.В. Смирнов

Члены Комиссии

О.Ю. Швецова

А.С. Ульянов