

РЕШЕНИЕ

Дата оглашения решения: 26.12.2011 г.

Дата изготовления решения: 28.12.2011 г. г. Кострома

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

Заместитель председателя Комиссии — Ниденс В.А., заместитель руководителя управления — начальник отдела,

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 №07-81/1000, возбужденного по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения ООО «Автомир.ру» (юр. адрес: г. Санкт-Петербург, Набережная обводного канала, д. 211-213, лит. 1Н, почт. адрес: г. Кострома, ул. 2-я Волжская, д. 19) рекламы финансовых услуг, оказываемых ООО КБ «Конфидэнс Банк» (г. Кострома, пр-т. Мира, 113, пом. №66, ОГРН 1024400003209, ИНН 4405001070),

в присутствии представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

ООО «Автомир.ру»

УСТАНОВИЛА:

При мониторинге наружной рекламы Костромским УФАС России выявлены признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Так, в г. Костроме с помощью средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций 3х6 кв.м.) распространяется реклама финансовых услуг, оказываемых ООО КБ «Конфидэнс Банк».

В рассматриваемом случае рекламодателем используется в рекламе такой визуальный прием, как неодинаковый размер шрифта размещаемой информации, которая касается одной финансовой услуги — привлечение денежных средств во вклады.

Так, в рекламе крупным шрифтом, видным с дальнего расстояния, сообщается следующая информация: «Confidence Bank * 9% за 6 месяцев * вклад реальные деньги».

Над словами «реальные деньги» (выше центра рекламной площади) на белом фоне отражены мелким шрифтом черного цвета условия по привлечению денежных средств во вклады. Также в нижней части рекламной площади мелким шрифтом белого цвета на темно коричневом фоне отражено наименование юридического лица, оказывающего финансовую услугу. Формальное присутствие в рекламе рассматриваемых сведений не позволяет потребителю их воспринимать, следовательно, не может расцениваться как их наличие.

Таким образом, рассматриваемая реклама содержит признаки нарушения ч. 7 ст.

5, ч. 1, п. 2 ч. 2 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), согласно которых 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; реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица — наименование, для индивидуального предпринимателя — фамилию, имя, отчество); 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.

Рассмотрев материалы дела, выслушав объяснения представителя ООО «Автомир.ру», Комиссия пришла к следующим выводам.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона о рекламе ненадлежащей является реклама не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Согласно ст. 3 Закона 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 и поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке.

Информация о финансовой услуге — вклад «Реальные деньги» 9% подпадает под определение рекламы и содержит все ее признаки: адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (финансовой услуге) и продвижение его на рынке, распространяется с помощью средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций 3х6 кв.м.).

Объектом рекламирования в данном случае является финансовая услуга, оказываемая ООО КБ «Конфидэнс Банк», а именно — услуга по привлечению денежных средств во вклады под 9% годовых.

В рассматриваемой рекламе выделено наиболее привлекательное для потребителя условие: процентная ставка по вкладу — 9%, выполненное темно золотистым цветом на белом фоне. Иные условия, необходимые потребителю для принятия осознанного решения по оформлению договора вклада в Банке, напечатаны мелким, нечитаемым шрифтом, который не воспринимается человеческим глазом, следовательно, прочесть и, тем более, уяснить указанные условия не представляется возможным.

Комиссия Костромского УФАС России считает, что вся существенная информация, отраженная в рекламе, которая распространяется с помощью рекламных конструкций 3х6 кв.м., необходимая для осознанного решения должна восприниматься потребителями с одинакового расстояния, т.е. потребители должны иметь возможность прочитать всю информацию в рекламе как максимально приблизившись к рекламной конструкции, так и на расстоянии от неё. Также следует уточнить, что исходя из принципов разумности и очевидности максимальное приближение к рекламной конструкции не является основным способом доведения до потребителей указанной в рекламе информации, так как в большинстве случаев в рекламе, выполненной данным способом, присутствует

информация, которая уясняется потребителями с дальнего расстояния от конструкции и в то же самое время часть информации, выполненной мелким шрифтом хотя и присутствует, однако, остается завуалированной для потребителей.

Необходимо отметить, что текст рекламы находится не на уровне глаз человека, а на определенной высоте — рекламная конструкция имеет центральную стойку высотой свыше трех метров, что снижает уровень восприятия информации, выполненной мелким шрифтом.

Кроме того, рассматриваемая реклама расположена вдоль оживленных трасс, 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 (пешеходы, идущие по тротуару, находящемуся рядом с рекламной конструкцией; пешеходы, идущие по тротуару на противоположной стороне дороги; а также водители транспортных средств и их пассажиры, которые ограничены во времени считывания рекламной информации).

Из смысла текста, доступного для потребителей рассматриваемой рекламы следует, что любой гражданин сможет оформить вклад «Реальные деньги» в «Confidence Bank» с процентной ставкой 9%, независимо от вида валюты, суммы вклада. Однако, вклад «Реальные деньги» можно оформить только на следующих условиях:

валюта вклада — рубли, сумма вклада от 1000 руб. Срок вклада 181 день. Процентная ставка 9% годовых. Вклад пополняемый, сумма пополнения не ограничена. Начисление процентов ежемесячно, причисляются к остатку вклада по истечении каждого календарного месяца (капитализация процентов). Вклад расходуетый. Возможность частичного досрочного изъятия суммы вклада до остатка на вкладе не ниже 1000 руб. без изменения процентной ставки через 1 день после открытия вклада. Вклад можно закрыть в любое время, при этом сохраняются проценты, начисленные за полный календарные месяцы нахождения средств во вкладе, за неполный месяц проценты по вкладу начисляются по ставке 0,1% годовых. По окончании срока вклада предусмотрена автоматическая пролонгация договора вклада на тот же срок на условиях вклада «Реальные деньги», действующих в Банке на момент пролонгации. По окончании срока вклада, если оформление договоров вклада «Реальные деньги» Банком прекращено, договор автоматически продлевается на условиях вклада «До востребования» (0,1% годовых), действующих в Банке на момент пролонгации. Срок действия предложения до появления новой или дополнительной информации.) отражены в рекламе мелким, нечитаемым шрифтом.

Указанные условия обозначены в рекламе мелким шрифтом черного цвета на белом фоне.

Вышеуказанные условия являются существенными для потребителя, так как их отсутствие либо формальное присутствие (выполнение мелким шрифтом)

искажает смысл рекламы и вводит в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой услугой.

Комиссия Костромского УФАС России считает, что использование рекламодателем такого визуального приема в рекламе, как неодинаковый размер шрифта размещенной информации, когда размер букв и цифр крупного шрифта во много раз превышает размер букв и цифр мелкого шрифта – вводит в заблуждение потребителя относительно рекламируемого товара. В данном случае и та, и другая информация касается рекламы вклада «Реальные деньги» 9%. Так как информация подается не одинаково, поэтому искажается действительный смысл информации, размещенной крупным шрифтом, так как в этой информации отсутствуют уточнения, указанные мелким шрифтом. То обстоятельство, что в Законе о рекламе не прописан размер шрифта, 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 потребителя.

Использованный ООО КБ «Конфидэнс Банк» в рекламном тексте шрифт своим размером должен обеспечивать восприятие потребителем всего содержания рекламной надписи, без дополнительно предпринимаемых усилий по разглядыванию какой-либо ее части.

Указанный факт, полностью подтверждается данными, представленными рекламопроизводителем рекламы ООО КБ «Конфидэнс Банк», размещенной на рекламных конструкциях - Индивидуальным предпринимателем Савеловой Г.С., в которых содержится размер шрифта текста рассматриваемой рекламы. Так высота цифры «9» составляет 193 см или 1930 мм; «%» - 43 см или 430 мм; «годовых» - 4 см или 40 мм; «за» - 12 см или 120 мм; «6» - 100 см или 1000 мм; «месяцев» - 9 см или 90 мм; «вклад» - 15 см или 150 мм; «реальные деньги» - 34 см или 340 мм; высота букв, которыми выполнена информация, напечатанная мелким шрифтом, в том числе наименование юридического лица — 2 см или 20 мм.

Комиссией Костромского УФАС России произведены расчеты восприятия информации, выполненной различным шрифтом, в соответствии с формулой, представленной Федеральным государственным учреждением «Межотраслевой научно-технический комплекс «Микрохирургия глаза» имени академика Федорова С.Н.

Так, воспринимаемый размер объекта определяется углом зрения, под которым его рассматривает человек. Считается, что при остроте зрения 1,0 человек воспринимает детали объекта с угловым размером 1, а сам объект (букву/знак) – размером 5. Для расстояния 5 м, с которого обычно проверяют остроту зрения, это соответствует размеру буквы 7,27 мм. Очевидно, что для расстояния 5 м размеры знаков, допустимых для чтения большинством людей, должны составлять 20-30 мм. Для других расстояний необходимый размер объекта рассчитывается по простой формуле:

Для остроты зрения 1,0: $A(x) = 7,27\text{мм} * L2/5$, где $L2$ – новое расстояние, $A(x)$ – новый размер объекта.

Таким образом, $L2 = A(x)/7,27\text{мм}*5$, если $A(x)$: 1930 мм; 430 мм; 40 мм; 120 мм; 1000 мм; 90 мм; 150 мм; 340 мм, 20 мм, то

$$L2 (1) = 1930/7,27*5 = 1327 \text{ м}$$

$$L2 (2) = 430/7,27*5 = 296 \text{ м}$$

$$L2 (3) = 40/7,27*5 = 28 \text{ м}$$

$$L2 (4) = 120/7,27*5 = 83 \text{ м}$$

$$L2 (5) = 1000/7,27*5 = 688 \text{ м}$$

$$L_2(5) = 90/7,27 \cdot 5 = 62 \text{ м}$$

$$L_2(5) = 150/7,27 \cdot 5 = 103 \text{ м}$$

$$L_2(5) = 340/7,27 \cdot 5 = 234 \text{ м}$$

$$L_2(6) = 20/7,27 \cdot 5 = 14 \text{ м}$$

Из вышеуказанного можно сделать единственный вывод, что потребители с расстояния 62 метров будут проинформированы о рекламируемой услуге (Confidence Bank * вклад реальные деньги * 9% за 6 месяцев *), при этом с данного расстояния они никогда не увидят ту часть существенной информации, которая отражена в рекламе мелким шрифтом, так как максимальное расстояние ее восприятия составляет 14 метров. Таким образом, произведенными расчетами фактически подтверждены различные условия восприятия основного текста (воспринимается с расстояния 1327-62 метров) и текстовой информации высотой 20 мм (воспринимается с расстояния до 14 метров), что полностью подтверждает доводы антимонопольного органа об использовании в рекламе визуального приема, связанного с неодинаковой подачей информации, которая может ввести в заблуждение потребителей относительно условий оказания финансовой услуги.

Также необходимо отметить, что все вышеизложенное относится к хорошо освещенным золотистым, темно коричневым надписям на белом фоне. Изменение цвета надписи или фона снижает контраст.

В соответствии с требованиями ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица — наименование, для индивидуального предпринимателя — фамилию, имя, отчество). В рассматриваемой рекламе наименование юридического лица, привлекаемого денежные средства во вклады, выполнено мелким шрифтом (20 мм) белого цвета на темно коричневом фоне и расположено в нижней части текста рекламы, в силу чего не воспринимается потребителями указанной рекламы.

Указанное обстоятельство свидетельствует о нарушении ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе.

Из вышеуказанного можно сделать вывод, что совокупность обстоятельств, связанных со способом размещения рекламы (рекламная конструкция), местом расположения (вдоль оживленной трассы), высотой размещения (не на уровне глаз потребителя), характером (наружная реклама), и соотношением размера (высоты) шрифта, использованного при описании привлекательных для потребителя условий и иных существенных условий, не позволяет потребителю понять и уяснить с равной степенью концентрации внимания всю совокупность условий, изложенных в рекламе.

Учитывая вышеизложенное, а также то, что привлекательная для потребителя информация является читаемой и доступной, а информация, размещение которой обязательно в силу закона, выполнена буквами мелкого размера, антимонопольный орган приходит к выводу, что в размещаемой посредством использования рекламной конструкции (3x6 кв.м.) рекламе информация, предусмотренная ч. 7 ст. 5, ч. 1, п. 2 ч. 2 ст. 28 Закона о рекламе, отсутствует.

В связи с вышеизложенным рассматриваемая реклама нарушает требования ч. 7

ст. 5, ч. 1, п. 2 ч. 2 ст. 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 договору возмездного оказания услуг №80-11 от 12.06.2011 г., заключенного между ООО «Автомир.ру» и ООО КБ «Конфиденс Банк», рекламодателем рекламы, размещенной на наружной конструкции по адресу г. Кострома, ул. Свердлова, 80, является ООО «Автомир.ру».

Представитель ООО «Автомир.ру» факт нарушения законодательства РФ о рекламе не признал и пояснил, что позиция ООО «Автомир.ру» полностью отражена в письменных объяснениях, представленных в Костромское УФАС России 23.12.2011 г., информация о наименовании лица, оказывающего финансовую услугу, содержится, Законом о рекламе не установлен размер шрифта.

В соответствии с частью 4 статьи 38 Закона о рекламе нарушение рекламодателем законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу финансовой услуги ООО КБ «Конфиденс Банк» — вклада «Реальные деньги» с условиями «9% за 6 месяцев», распространяемой ООО «Автомир.ру» с помощью средства стабильного территориального размещения, ненадлежащей, поскольку в данном случае нарушены требования ч. 1 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдавать в связи с устранением нарушения.

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.

Заместитель председателя Комиссии

В.А. Ниденс

Члены Комиссии
И.Н. Баданова

Т.А. Дмитриева