

РЕШЕНИЕ

по делу №2526-ФАС52-07/18

г. Нижний Новгород

Резолютивная часть решения объявлена 15 января 2019 года

Решение изготовлено в полном объеме 18 января 2019 года

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

<...>

<...>

<...>

при рассмотрении материалов дела №2526-ФАС52-07/18, возбужденного в отношении **Публичного Акционерного Общества «Московский Индустриальный Банк» (далее ПАО «МИнБанк»)** <...> по признакам нарушения части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 и части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе», при участии представителей ПАО «МИнБанк» по доверенности: №07-17/45 от 14.02.17 – Бородиной А.В., по доверенности: <...>

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления контроля за соблюдением требований ФЗ «О рекламе» специалистами Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области в городе Нижнем Новгороде на проспекте Гагарина в районе остановки «Музей района» по направлению движения в сторону микрорайона Щербинки выявлено транспортное средство марки ПАЗ «Vector» с государственным регистрационным знаком – О371НУ152, на заднем стекле которого размещено рекламное сообщение следующего содержания: **«МОСКОВСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ БАНК 272-50-16 КРЕДИТ «БЕЗЗАБОТНОЕ ЛЕТО» наличные деньги – а личные цели!...»**. **В нижней части сообщения более мелким шрифтом представлены прочие условия предоставления рекламируемой финансовой услуги. По данному факту специалистами составлен акт наблюдения от 06.09.18**

Рекламное сообщение содержит признаки нарушения части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 и части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

В связи с местонахождением ПАО «МИнБанк» в городе Москве, на основании пункта 5 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Нижегородское УФАС России ходатайствовало перед Федеральной антимонопольной службой о наделении полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела в отношении ПАО «МИнБанк» (исх. от 01.11.2018

№АШ-07/11856) по признакам нарушения части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 и части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

ФАС России письмом от 27.11.2018 №АК/96182/18 наделила Нижегородское УФАС России полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела в отношении ПАО «МИНБанк».

В связи с указанными обстоятельствами Нижегородское УФАС России 29.11.2018 возбудило дело №2526-ФАС52-07/18 в отношении ПАО «МИНБанк» по признакам нарушения части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 и части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

Рассмотрение дела по существу состоялось 15.01.2019 в 15 часов 00 минут.

Изучив материалы дела, представленные документы, заслушав доводы ответчика, Комиссия Нижегородского УФАС России приходит к следующим выводам.

06.09.2018 в городе Нижнем Новгороде выявлено транспортное средство марки ПАЗ с государственным регистрационным знаком – О371НУ152, на заднем стекле которого размещено рекламное сообщение следующего содержания: *«МОСКОВСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ БАНК 272-50-16 КРЕДИТ «БЕЗЗАБОТНОЕ ЛЕТО» наличные деньги – а личные цели!...».*

Согласно представленному ПАО «МИНБанк» макету (вх.№ от 04.07.2018), информация, указанная в нижней части сообщения, содержит следующее сообщение: *«*Указанная процентная ставка по потребительскому кредиту для участников зарплатных проектов Банка на 7 лет от 300 000 рублей в рамках реализации акции «беззаботное лето». Кредит предоставляется на фиксированный срок – 7 лет. Процентная ставка при сумме кредита от 300 000 до 1,5 млн рублей 10,9% - 12,9 %, при сумме кредита от 150 000 до 299 999 рублей 12,7%-14,7%. Без залога и поручительства. При отказе от личного страхования процентная ставка увеличивается на 4 п.п Акция «Беззаботное лето» действует с 1 июня по 31 июля 2018 года. Предложение носит исключительно информационный характер и не является публичной офертой в соответствии с требованиями статьи 437 Гражданского кодекса Российской Федерации».*

Согласно пункту 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» 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 или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» объект рекламирования - товар, средство его индивидуализации, 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, пункт 3 этой же статьи определил, что товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Сообщение направлено на привлечение внимания неопределенного круга лиц к объекту рекламирования – ПАО «МИНБанк», товаром является финансовая услуга –

«Кредит БЕЗЗАБОТНОЕ ЛЕТО от 10,9% годовых». Таким образом, рассматриваемое сообщение отвечает определению, указанному в пункте 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе», а, следовательно, является рекламой.

Согласно представленной ПАО «МИНБанк» информации (вх.№106 от 11.01.2019) условия рекламируемой финансовой услуги указаны в Правилах проведения Акции «Беззаботное лето» в рамках продукта «Потребительское кредитование»:

- срок кредита 7 лет (фиксированный);
- Сумма кредитования: от 150 000 до 1 500 000 ;
- Не требуется залогов и поручительств;
- Процентная ставка - в зависимости от суммы кредита:
- При сумме кредита от 300 000 : 10,9 % - 12,9 %;
- При сумме кредита от 150 000 до 299 999 : 12,7% - 14,7 %;
- При отказе от личного страхования процентная ставка увеличивается на 4 п.п.

Частями 2, 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе» установлены требования к рекламе финансовых услуг.

В соответствии с пунктом 2 части 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе» реклама банковских услуг не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

Частью 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе» установлено, что 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 соответствии с пунктом 25 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» 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.).

Существенными условиями рекламируемой финансовой услуги являются размер процентной ставки по кредиту от 10,9 % до 12,9 % при сумме кредита от 300 000 рублей, размер процентной ставки по кредиту от 12,7% до 14,7 % при сумме кредита от 150 000 до 299 999 рублей, сумма кредита от 150 000 до 1 500 000 рублей, срок кредита до 7 лет, а также условия, влияющие на размер процентной ставки: при отказе от личного страхования процентная ставка увеличивается на 4

п.п.

Как разъяснено в пункте 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами 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 сведений или условий оказания услуг. Поэтому если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), 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).

При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

То обстоятельство, что нормами Федерального закона «О рекламе» не установлен размер шрифта, не свидетельствует о том, что размер шрифта может быть любым, поскольку, как следует из положений статьи 5 Федерального закона «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной и не должна вводить в заблуждение потребителей.

Комиссия, оценивая рекламу с точки зрения потребителя, учитывала способ размещения рекламного сообщения, ограниченное время считывания информации для потребителей, фактический размер шрифта, которым написаны существенные условия оказания услуги, по сравнению со шрифтом привлекательной информации о финансовой услуге, объем информации в рекламном сообщении.

Рекламное сообщение размещено на задней поверхности транспортного средства, осуществляющего пассажирские перевозки в городе Нижнем Новгороде. Следовательно, в данном случае реклама направлена на импульсивное восприятие информации потребителями рекламы.

В рекламе крупным шрифтом представлена процентная ставка 10,9%, сумма кредита до 1 500 000 рублей. Интерес потребителя к рекламируемой услуге формируется именно за счет данных условий, так как оформление и крупный шрифт делают их доступными для прочтения и восприятия. Прочие существенные условия (различные ставки в зависимости от сумм кредита и кредитной истории, повышение процентной ставки при отказе от личного страхования, срок кредита) указаны в нижней части рекламного сообщения более мелким шрифтом, чем привлекательная для потребителя информация.

Транспортное средство движется по городу со скоростью, установленной действующим законодательством (не более 60 км/ч), и делает кратковременные остановки. Объем текста указанных в нижней части условий, шрифт которым они представлены, ограниченное время для их прочтения делают ознакомление с существенной информацией затруднительным для потребителей рекламы и

препятствуют пониманию ими рекламы в целом.

Поскольку реклама финансовой услуги ПАО «МИНБанк» направлена на формирование у потребителей желания ею воспользоваться, то существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой. При этом для признания наличия такой информации в рекламе, она должна быть выполнена способом, позволяющим ее воспринимать потребителями. Однако способ и форма представления существенной информации не позволяют потребителям рекламы с ней ознакомиться.

Вместе с этим возможность потенциальных потребителей банковских услуг ознакомиться с существенными условиями рекламируемой услуги на сайте или по телефону, на что указано в рекламе, не заменяет обязанности Банка по созданию условий для реального ознакомления со всеми существенными условиями оказания финансовой услуги. Отсутствие возможности ознакомления со всеми условиями способно ввести потребителей в заблуждение относительно рекламируемого продукта.

Поскольку по смыслу пункта 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама адресована неопределенному кругу лиц, в число потенциальных потребителей объекта рекламирования входят лица, не имеющие возможности ознакомления с информацией о финансовой услуге на сайте или по телефону. Следовательно, указание адреса сайта и телефонного номера не может освободить рекламодателя от исполнения обязанности по соблюдению требований ФЗ «О рекламе» при распространении рекламы.

Таким образом, указание информации о существенных условиях приобретения рекламируемой услуги на официальном сайте рекламодателя не может исключать самого факта введения в заблуждение потребителей рекламы в отношении данного продукта.

В ходе рассмотрения дела представители ПАО «МИНБанк» сообщили, что в рассматриваемом рекламном сообщении представлены все условия, влияющие на стоимость кредита. Данные условия, по мнению Банка, указаны крупным шрифтом и доступны для восприятия потребителями.

Комиссия Нижегородского УФАС России считает данные доводы ПАО «МИНБанк» несостоятельными, так как согласно пункту 25 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» к условиям, влияющим на стоимость кредита, помимо процентной ставки, срока и суммы кредита относятся условия, связанные с дополнительными расходами заемщика, а именно страхование рисков, нотариальное заверение документов, предоставление обеспечения по кредитному договору, оценка имущества, передаваемого в залог, и др.

Таким образом, условия, указанные в нижней части рекламного сообщения (различные ставки в зависимости от сумм кредита и кредитной истории, повышение процентной ставки при отказе от личного страхования, срок кредита), влияют на стоимость кредита и являются существенными для потребителя.

На основании изложенного Комиссия Нижегородского УФАС России приходит к

выводу о том, что у потребителей отсутствует возможность ознакомиться с существенными условиями кредитования, воспринять рекламу в целом и принять осознанное решение о приобретении рекламируемой финансовой услуги или отказе от нее. В связи с этим, формальное присутствие в рекламе существенных условий не может рассматриваться как их наличие.

Таким образом, реклама противоречит требованиям пункта 2 части 2 и части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 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.

Существенные условия формально присутствовали в рассматриваемом рекламном сообщении. Однако указание данных условий в форме, трудной для восприятия и способом, не позволяющим потребителям с ними ознакомиться, не может быть расценено как их наличие.

В связи с тем, что в рекламе существенные условия рекламируемой финансовой услуги написаны трудным для восприятия способом и шрифтом, это в свою очередь искажает смысл информации и может ввести в заблуждение потребителей рекламы.

В связи с этим Комиссия Нижегородского УФАС России пришла к выводу о том, что реклама противоречит требованиям части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Таким образом, реклама «Кредит Беззаботное лето...», размещенная на транспортном средстве, осуществляющем пассажирские перевозки в городе Нижнем Новгороде, противоречит требованиям части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 и части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных статьей 5 и статьей 28 ФЗ «О рекламе», несет рекламодатель.

Пунктом 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе» определено, что рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рассматриваемое рекламное сообщение распространялось на основании Договора №230 от 20.03.2018, заключенного между ПАО «МИНБанк» (Заказчик) и ООО «Рекламное агентство «РЕКА» (Исполнитель). Из данного договора следует, что Исполнитель обязуется выполнять работы по размещению (монтажу) материалов, предоставляемых Заказчиком. Следовательно, лицом, определившим содержание рекламы – рекламодателем, является Заказчик - ПАО «МИНБанк».

Согласно бланку заказа от 21.06.2018, а также Акту выполненных работ №1236 от 31.06.2018 рекламное сообщение: «Кредит Беззаботное лето...», размещалось на заднем стекле 5 транспортных средств марки ПАЗ, осуществляющих пассажирские перевозки в городе Нижнем Новгороде по маршрутам №97, №98.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» ненадлежащей является

реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Таким образом, реклама ПАО «МИНБанк», распространяемая с 01.07.2018 до настоящего времени на заднем стекле транспортных средств марки ПАЗ, осуществляющих пассажирские перевозки в городе Нижнем Новгороде по маршрутам №97, №98, является ненадлежащей, противоречащей требованиям части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 и части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

Комиссия Нижегородского УФАС России считает необходимым выдать ПАО «МИНБанк» предписание о прекращении выявленных нарушений части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 и части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

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 ПАО «МИНБанк» распространяемую с 01.07.2018 по настоящее время на заднем стекле транспортных средств марки ПАЗ, осуществляющих пассажирские перевозки в городе Нижнем Новгороде по маршрутам №97, №98.

2. Выдать ПАО «МИНБанк» предписание о прекращении нарушений законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 6 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии <...>

<...>