

## РЕШЕНИЕ

по делу № 06-10.1/70-2012

05 декабря 2012 года

г. Омск

Комиссия Омского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель Комиссии – Шмакова Т.П., заместитель руководителя Омского УФАС России,

члены Комиссии:

Морозов А.А. – начальник отдела рекламы;

Невойт Е.А. – специалист-эксперт отдела рекламы;

Веретельник М.С. – главный специалист – эксперт отдела рекламы;

Цынгалова Е.А. – ведущий специалист – эксперт отдела рекламы;

Ланшаков С.М. – специалист-эксперт отдела рекламы,

рассмотрев дело № 06-10.1/70-2012 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламных видеороликов, в которых усматриваются признаки нарушения статьи 8, части 7 статьи 5, части 1, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в присутствии представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе - ООО «Легион-Омск»,

### УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Управлением Федеральной антимонопольной службы по Омской области выявлен факт распространения ООО «Легион-Омск» на полноцветном видеомониторе, установленном в салоне пассажирского автобуса, осуществляющего транспортные услуги по перевозке пассажиров по маршруту движения № 63 (государственный номер С743АС 55, бортовой (гаражный) № 406), рекламных роликов с признаками нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно:

1. «Сытна pizza». Провиант. Доставка 3-777-16», «Царевы пироги» Провиант. Доставка

3-777-16», «Пироговых дел мастер» Провиант. Доставка 3-777-16».

В указанной рекламе отсутствует информация, предусмотренная статьей 8 Федерального закона «О рекламе», согласно которой в рекламе товаров при дистанционном способе их продажи должны быть указаны сведения о продавце таких товаров: наименование, место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица; фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя.

Из информации, представленной рекламодателем – ООО «Легион-Омск» (вх. № 13324 от 30.11.2012), следует, что рекламодателем вышеуказанной информации является ООО «Сибирский Провиант» (договор возмездного оказания услуг от 26.10.2012 № 46, приложение № 1 к договору № 46 от 26.10.2012, лист согласования видеоролика).

В своих пояснениях ООО «Легион-Омск» сообщает, что «при размещении видеороликов «Сытна pizza». Провиант», «Царевы пироги. Провиант» менеджером-стажером были допущены ошибки. Нарушения были устранены, с менеджером проведена дополнительная беседа относительно рекламного законодательства. В настоящее время проводится работа по предотвращению подобных нарушений».

2. «Сезон теплых процентов. До 15 % годовых. Вклад «очевидный». Локо-Банк. г. Омск, ул. Герцена/угол Косарева, д. 16/97, (3812) 433-558».

Указанная информация, изложенная крупным, легкочитаемым шрифтом, находилась на экране монитора достаточное для прочтения и для восприятия время.

Следующий кадр, продолжительностью около одной секунды, содержит информацию, изложенную мелким шрифтом:

*«Вклад «Очевидный». Валюта вклада - рубли РФ. Минимальная сумма вклада: 100 тыс. руб.*

*Максимальная сумма вклада: 2 млн. руб. Срок вклада - 400 дней.*

*Вклад не пополняемый. Проценты выплачиваются в конце срока вклада.*

*Частичное изъятие средств со счета вклада не предусмотрено.*

*При досрочном изъятии суммы вклада или ее части договор вклада считается расторгнутым, а проценты по вкладу выплачиваются из расчета фактического количества дней нахождения денежных средств на счете вклада, исходя из ставки 0,5% годовых.*

*Автоматическая пролонгация вклада не предусмотрена. Процентная ставка годовых): до истечения 300 дней с даты внесения вклада включительно - 10%, по истечении 301 дня с даты внесения вклада - 15%. Подробности на сайте [www.lockobank.ru](http://www.lockobank.ru) и по телефону 8 (800) 250-50-50. Условия действительны на 11.10.2012 г.*

*КБ «ЛОКО-Банк» (ЗАО). Генеральная лицензия Банка России № 2707. Реклама».*

Учитывая, что продолжительность кадра с упомянутой информацией составляет не более одной секунды, что фактически не позволяет потенциальному потребителю прочесть информацию банка и узнать о существенных условиях оказания услуги и лице, оказывающем данную услугу, Омское УФАС России считает, что изложение информации банка таким способом не воспринимается потребителем, следовательно, считается отсутствующей, а реклама нарушающей требования части 1, пункта 2 части 2 статьи 28, части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 1 статьи 28 Федерального 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).

Пунктом 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» предусмотрено, что реклама банковских услуг не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму: доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которые понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается, хотя бы одно из этих условий.

Согласно части 7 статьи 5 Федерального закона «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 рекламы.

По информации рекламодателя – ООО «Легион-Омск» (вх. № 13324 от 30.11.2012), следует, что рекламодателем вышеуказанной информации является ООО «Локо - Банк» (договор на оказание услуг от 23.03.2012 № 711, приложение № 6 к договору № 711 от 23.03.2012, лист согласования видеоролика, акт выполненных работ от 19.11.2012, документы об оплате за размещение рекламы).

Из пояснений ООО «Легион-Омск» следует, что «информация о рекламодателе, которая должна размещаться в видеоролике по закону «О рекламе», содержится на последнем слайде. Поскольку в соответствующем законе не указан временной критерий размещения данной информации, мы не посчитали видеоролик противоречащим закону».

Омское УФАС России не может согласиться с указанными доводами Общества по следующим основаниям:

В соответствии с общими требованиями [статьи 5](#) Федерального Закона «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной, в т.ч. не допускается реклама, которая способна ввести в заблуждение потребителя рекламы.

При этом рекламодатель и рекламодатель свободны в выборе мест и способов распространения рекламной информации и должны выбирать такие способы распространения рекламы, которые исключают введение в заблуждение

(обман) потребителя рекламы.

Движение автобуса, размер шрифта, которым написаны существенные условия размещения вклада «Сезон теплых процентов. До 15 % годовых. Вклад «очевидный». Локо - Банк. г. Омск, ул. Герцена/угол Косарева, д. 16/97, (3812) 433-558», а также ограниченное время доступности информации (время экспозиции рекламного изображения с иными условиями составляет не более 1 секунды), не позволяет потребителю рекламы сконцентрировать свое внимание на информации, изложенной мелким шрифтом и ознакомиться со всей существенной информацией о рекламируемом товаре.

Формальное присутствие в рекламе иных условий вклада «Сезон теплых процентов. До 15 % годовых. Вклад «очевидный». Локо-Банк. г. Омск, ул. Герцена/угол Косарева, д. 16/97, (3812) 433-558», влияющих на доходы и расходы лиц, напечатанных мелким шрифтом, не позволяет потребителю воспринимать данные сведения и не может рассматриваться как их наличие, следовательно, способно ввести потребителей рекламы в заблуждение относительно ряда существенных условий (например, сроках вклада, реальной процентной ставки, возможности и условия досрочного расторжения договора вклада и т.п.).

Пунктом 28 Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», установлено, что «если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и т.п.), 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. При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями».

Таким образом, исследовав материалы дела, Омское УФАС России пришло к выводу о том, что реклама, размещенная на видеоэкране в подобном виде (с указанием наименования лица, оказывающего услугу, а также с изложением существенной информации о рекламируемой услуге мелким, трудным для восприятия шрифтом в короткий промежуток времени) не позволяет потребителям рекламы ознакомиться с информацией о лице, оказывающем услугу, а также с условиями финансовой услуги, осознанно принять решение о совершении действий, предваряющих заключение договора банковского вклада (например, идти или не идти в банк, вносить средства во вклад или продолжать их хранить дома и т.п.).

Соответственно изложение рекламной информации об условиях вклада «Сезон теплых процентов. До 15 % годовых. Вклад «очевидный». Локо-Банк. г. Омск, ул. Герцена/угол Косарева, д. 16/97, (3812) 433-558» подобным образом нарушает требования пункта [части 7 статьи 5](#), части 1, [пункта 2 части 2 статьи 28](#) Федерального закона «О рекламе, фактически выраженное в недоведении до потребителя информации о лице, оказывающем услугу, а также существенной информации об условиях вклада, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которые понесут

воспользовавшиеся услугами лица, в связи с чем потребители вводятся в заблуждение относительно условий предлагаемой финансовой услуги.

Согласно информации, представленной ООО «Легион-Омск», указанные рекламные ролики транслировались на видеомониторах в 82 (восемьдесят два) салонах пассажирских автобусов (договор от 01.11.2006 № 19, дополнительное соглашение к договору от 01.11.2006 № 19, договор возмездного оказания услуг от 01.12.2011 № 01/12.11, приложение № 2 к договору возмездного оказания услуг от 01.12.2011 № 01/12.11).

Ненадлежащая реклама (пункт 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

По определению (пункт 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») ООО «Легион-Омск» является рекламодателем, т.е. лицом, осуществляющим распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, следовательно, несет ответственность за размещение ненадлежащей рекламы.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 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 рекламу, распространенную ООО «Легион-Омск» с использованием полноцветного видеомонитора, установленного в салоне пассажирского автобуса, осуществляющего транспортные услуги по перевозке пассажиров по маршруту движения 63 (государственный номер С743АС 55, бортовой (гаражный) № 406), а именно:

- «Сытна pizza». Провиант. Доставка 3-777-16», «Царевы пироги» Провиант. Доставка 3-777-16», «Пироговых дел мастер» Провиант. Доставка 3-777-16», в которой отсутствует информация о продавце, осуществляющего дистанционную продажу товаров, ненадлежащей, нарушающей требования статьи 8 Федерального закона «О рекламе»;

- «Сезон теплых процентов. До 15 % годовых. Вклад «очевидный». Локо-Банк. г. Омск, ул. Герцена/угол Косарева, д. 16/97, (3812) 433-558», в которой иные условия финансовой услуги помимо процентной ставки указаны мелким шрифтом, не воспринимаемым потребителем, ненадлежащей, нарушающей требования части 7 статьи 5, части 1 и пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ООО «Легион-Омск» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Омского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении в отношении законного представителя ООО «Легион-Омск» по части 1 статье 14.3

Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.