

## РЕШЕНИЕ

28 апреля 2011 года г. Челябинск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

председатель Комиссии: Галичина Л.Н., заместитель руководителя – начальник отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией,

члены Комиссии: Дозморова Д.А. - главный специалист-эксперт отдела контроля естественных монополий, ЖКХ и транспорта, Лупанова Н.С. – ведущий специалист-эксперт отдела контроля естественных монополий, ЖКХ и транспорта,

рассмотрев дело № 21-2011 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения Обществом с ограниченной ответственностью Уральский инновационный коммерческий банк «Уралинкомбанк» (далее - ООО «УИК-БАНК») в г. Челябинске рекламы банковского вклада, содержащей одно из условий, влияющих на сумму дохода, которую получают воспользовавшиеся услугами лица, - максимальную процентную ставку, равную 12, 5 % годовых, при отсутствии всех остальных условий, определяющих сумму дохода, которую получают воспользовавшиеся услугами лица, с признаками нарушения пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»),

в присутствии представителей лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, ООО «УИК-БАНК» - <...>, действующего на основании доверенности от 31 января 2011 года № 12, паспорт <...>; <...>, действующей на основании доверенности от 22 апреля 2011 года № 41, паспорт <...>,

### УСТАНОВИЛА:

В ноябре 2010 года в городе Челябинске на проспекте Ленина вблизи остановки общественного транспорта «Комсомольская площадь» с использованием рекламной конструкции (призматрон) распространялась наружная реклама банковских услуг ООО «УИК-БАНК», содержащая сведения: «Вклад «Универсал» до 12,5 % годовых.

УРАЛИНКОМБАНК...». Из данных сведений следует, что ООО «УИК-БАНК» предоставляет финансовую услугу в виде банковского вклада.

В рекламе указана процентная ставка, равная 12, 5 % годовых, сведения о которой выполнены крупным шрифтом. Информация о процентной ставке является одним из условий договора вклада, влияющим на сумму дохода, которую получают лица, воспользовавшиеся данной услугой банка. Иные условия, влияющие на сумму дохода, в рекламе отсутствуют.

Вместе с тем, в центральной части на рекламной конструкции содержится текст, выполненный значительно мелким шрифтом по сравнению с текстом «Вклад «Универсал» до 12,5 % годовых. УРАЛИНКОМБАНК...», что затрудняет его прочтение. При этом микротекст содержит сведения о всех иных условиях, влияющих на сумму дохода, которые получают воспользовавшиеся услугами лица.

По мнению ООО «УИК-БАНК», все присутствующие в рекламе сведения об условиях оказания банком услуг по вкладу являются читаемыми. Сделанный антимонопольным органом вывод о невозможности прочтения текста рекламного сообщения об иных условиях оказания услуги является безосновательным и бездоказательным. Вывод сделан без учета атмосферных, физических, медицинских (офтальмологических и психофизических) и иных факторов, способных повлиять на

восприятие рекламы каждым конкретным человеком. Кроме того, нормативное регулирование выбора размера текстовой информации, содержащейся в рекламе, отсутствует.

Исследовав материалы дела, заслушав доводы представителя лица, в действия которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, Комиссия пришла к следующим выводам.

В указанной рекламе ООО «УИК-БАНК» наиболее привлекательные условия оказания услуг, а именно информация о размере годовой процентной ставки 12,5 % годовых выделена крупным шрифтом. Информация об иных условиях предоставления услуг по вкладу указана мелким, нечитаемым шрифтом, что затрудняет возможность ознакомления с ней при восприятии рекламы потребителем.

Так, согласно представленным ООО «УИК-БАНК» документам, сведения, содержащиеся в рекламе ООО «УИК-БАНК», выполнены следующим размером шрифта: «УРАЛИНКОМБАНК» - 190 мм, «12,5 годовых» - 520 мм, сведения об иных условиях оказания услуги по вкладу: "Вклад открывается на 370 дней. Минимальная сумма – 5 000 рублей. Пополнение по вкладу осуществляется в течении первых 60 дней с момента открытия вклада в размере не менее 3 000 рублей. Начисление процентов 25 числа каждого месяца на счет «До востребования». Начисление процентов: от 1 до 120 день – 8,0%; от 121 до 240 дня– 9,0%; от 241 до 370 дня – 12,5 %. При условии досрочного расторжения вклада после 30 дней с момента его открытия, проценты не теряются. При условии досрочного расторжения вклада в течении 30 первых дней с момента открытия вклада, проценты начисляются и выплачиваются из расчета по ставке «До востребования» - 50 мм.

Вместе с тем, рекламная конструкция с указанной рекламой ООО «УИК-БАНК» расположена на проспекте Ленина на высоте около 4-5 метров от земли и ориентирована по ходу движения автомобильного транспорта в направлении Челябинского тракторного завода, то есть направлена на привлечение внимания не только пешеходов, но водителей и пассажиров транспортных средств, осуществляющих движение по проспекту Ленина. Данные обстоятельства указывают на то, что потребители рекламы лишены возможности прочесть информацию, изложенную в рекламе микротекстом, при этом доступным для восприятия становится только основной текст, содержащий одно из условий оказания банковских услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают лица, воспользовавшиеся услугами банка, а именно – значение процентной ставки по вкладу – 12,5 % годовых.

Таким образом, информация, содержащаяся в центральной части рекламного поля на рекламной конструкции под сведениями «Вклад «Универсал» до 12,5 % годовых. УРАЛИНКОМБАНК...», размещена способом, при котором она нечитаема, что приравнивается к ее отсутствию.

В соответствии с пунктом 2 части 2 статьи 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 получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

Таким образом, реклама ООО «УИК-БАНКА», содержащая сведения об одном из условий оказания услуги, влияющее на сумму дохода, которую получают воспользовавшиеся услугами лица, - максимальную процентную ставку, равную 12,5 % годовых, при отсутствии всех остальных условий, влияющих на сумму дохода, которую получают воспользовавшиеся услугами банка лица, противоречит пункту 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Кроме того, согласно части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Поскольку реклама, содержащая сведения об оказании услуг по вкладу ООО «УИК-БАНК», направлена на формирование у потребителя желания воспользоваться данной банковской услугой, то существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и

информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителя такой рекламой.

Отсутствие в рекламе какой-либо части существенной информации о вкладе приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой услугой, а значит, противоречит части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Доводы представителя ООО «УИК-БАНК» о том, что текст, указанный в рекламе и содержащий сведения об условиях вклада, является доступным для прочтения, а вывод антимонопольного органа о нечитаемости текста рекламного сообщения об условиях оказания услуги по вкладу сделан без учета физических, атмосферных, медицинских и иных факторов, а также относительно отсутствия в законодательстве о рекламе определенных требований к размеру шрифта, Комиссия признала несостоятельными по следующим основаниям.

Исходя из законодательного понятия рекламы и требований части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», вся информация в рекламе должна быть отражена таким образом, чтобы могла быть прочитана, воспринята неопределенным кругом лиц - потребителями рекламы.

В рассматриваемой наружной рекламе часть информации и условий, представленная мелким шрифтом, нечитаема, в то время как условия о годовой процентной ставке по вкладу, привлекательные для потребителей, в рекламе выполнены размером шрифта во много раз превышающим размер шрифта, которым выполнены иные условия предоставления рекламируемого кредита.

Данные обстоятельства с учетом местоположения рекламной конструкции, ограниченного времени считывания информации с рекламной конструкции (призматрон), указывают на то, что несмотря на формальное присутствие в рекламе сведений о всех условиях оказания соответствующей услуги, фактически данные сведения в рекламе не воспринимаются, следовательно, приравниваются к их отсутствию.

Согласно пункту 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В силу части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель.

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

Рекламодателем указанной рекламы является ООО «УИК-БАНК» как лицо, оказывающее рекламируемую банковскую услугу и определившее объект рекламирования и содержание рекламы, так как заключило договор на размещение и утвердило макет данной рекламы. Руководствуясь частью 2 пункта 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 ненадлежащей рекламу ООО Уральский инновационный коммерческий банк «Уралинкомбанк», содержащую одно из условий, влияющих на сумму дохода, которую получают воспользовавшиеся услугами банка лица, а именно – максимальную процентную ставку, равную 12,5 %, при отсутствии всех иных условий, влияющих на сумму дохода, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать Обществу с ограниченной ответственностью «Уральский инновационный коммерческий

банк «Уралинкомбанк» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области для возбуждения дел об административных правонарушениях, предусмотренных частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 13 мая 2011 года.

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

Председатель Комиссии

Л.Н. Галичина

Члены Комиссии

Д.А. Дозморова

Н.С. Лупанова