

РЕШЕНИЕ

по делу № 10-03-5/28-02/11

11 апреля 2011 г. г.Волгоград

Резолютивная часть решения оглашена 8 апреля 2011 г.

Решение изготовлено в полном объеме 11 апреля 2011 г.

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

Председатель Комиссии – Никуйко Ирина Борисовна, заместитель руководителя Управления,

Член Комиссии – Кочергина Александра Викторовна, государственный инспектор отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы,

Член Комиссии – Стручалина Наталья Сергеевна, специалист 1 разряда отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы,

в присутствии Орловой Н.А.- представителя филиала КБ «ГЕНБАНК» (ООО) в г.Ростов-на-Дону (доверенность),

в отсутствие представителя КБ «ГЕНБАНК» (ООО), надлежащим образом извещенного о времени и месте рассмотрения дела,

рассмотрев дело № 10-03-5/28-02/11, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы услуг ООО КБ «ГЕНБАНК, размещенной на рекламной конструкции стабильного территориального размещения (щите), установленной на одной из сторон проезжей части при движении по ул. Коммунистическая г.Волгограда (напротив торгового центра «Царицынский пассаж») с нарушением требований части 7 статьи 5 и части 3 статьи 28 ФЗ от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе»,

УСТАНОВИЛА:

18 января 2011 года Управлением Федеральной антимонопольной службы по Волгоградской области в рамках осуществления функции государственного контроля за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, возбуждено дело № 10-03-5/28-02/11 по признакам нарушения части 7 статьи 5 и части 3 статьи 28 ФЗ № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. «О рекламе» по факту распространения рекламы услуг ООО КБ «ГЕНБАНК», размещенной на рекламной конструкции стабильного территориального размещения (щите), установленной на одной из сторон проезжей части при движении по ул. Коммунистическая г.Волгограда (напротив торгового центра «Царицынский пассаж»).

Специалистами отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы Волгоградского УФАС России проведен мониторинг рекламы об услугах ООО КБ «ГЕНБАНК», размещенной на рекламной конструкции стабильного территориального размещения (щите), установленной на одной из сторон проезжей части при движении по ул. Коммунистическая г.Волгограда (напротив торгового центра «Царицынский пассаж»), по результатам которого установлен факт распространения в октябре 2010 года информации следующего содержания: «Кредиты бизнесу от 13% в рублях. Ипотека от 9,25 % в рублях. www.genbank.ru. ГЕНБАНК. Основан в 1993. (8442 59-33-59)».

Согласно акту мониторинга рекламы №28-Р от 19.10.2010 г., в указанной рекламе под текстом о процентной ставке по кредитам и ипотеке мелким, практически

нечитаемым

Согласно п.п.1 ст. 3 ФЗ № 38-ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 г., реклама – это 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. Обозначенное информационное сообщение обладает всеми квалифицирующими признаками рекламы, поскольку оно:

- распространяется посредством размещения на рекламной конструкции;
- направлено на привлечение внимания к объекту рекламирования (услугам, оказываемым ООО КБ «ГЕНБАНК»);
- направлено на формирование или поддержание интереса к объекту рекламирования и его продвижение на рынке;
- адресована неопределенному кругу лиц. В соответствии с письмом Федеральной антимонопольной службы от 05.04.2007г. № АЦ / 4624 в рамках понятия рекламы, закрепленного ст. 3 ФЗ РФ «О рекламе» под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Соответственно, распространение информации о банковских услугах (выдаче кредитов и ипотеки) ООО КБ «ГЕНБАНК» должно признаваться распространением среди неопределенного круга лиц, поскольку заранее невозможно определить всех лиц, для которых такая информация будет доведена.

Положения Федерального закона «О рекламе», относящиеся к изготовителю товара, распространяются также на лиц, выполняющих работы или оказывающих услуги (ч. 3 ст. 2 ФЗ «О рекламе»).

Изучив макет рассматриваемой рекламы, представленный Волгоградским операционным офисом ООО КБ «ГЕНБАНК», согласованный ООО КБ «ГЕНБАНК» с ООО «Медиа Град», на котором также мелким слабочитаемым шрифтом размещена информация об условиях предоставления финансовых услуг ООО КБ «ГЕНБАНК», установлено содержание данного текста:

1. Комиссия банка, разовая комиссия за выдачу кредита от 1 до 3% годовых от суммы кредита в зависимости от срока и суммы кредита. Срок кредита - от 6 до 36 месяцев, может быть увеличен. По решению банка возможно страхование залогового обеспечения кредита. Подробности на официальном сайте банка: www.genbank.ru. Реклама по состоянию на 01.10.10 в зависимости от условий программы РосБР.

2. Процентная ставка 9,25 % годовых в рублях по программе «Новостройка от Генбанка» при первоначальном взносе от 50% стоимости квартиры, наличии личного страхования, 4 суммарных социальных вычетов по состоянию на 17.09.10 г. Точная ставка указывается в кредитном договоре. Комиссия банка по программе «Новостройка от Генбанка» - 2,5 % от суммы кредита. Заявление на кредит-1000 рублей. Подробности на официальном сайте банка: www.genbank.ru.

Согласно ч. 1 ст. 819 ГК РФ по кредитному договору банк или иная кредитная организация (кредитор) обязуются предоставить денежные средства (кредит) заемщику в размере и на условиях, предусмотренных договором, а заемщик обязуется возвратить полученную денежную сумму и уплатить проценты на нее. В соответствии со ст. 30 ФЗ № 395-1 «О банках и банковской деятельности» от 02.12.1990 г., отношения между Банком России, кредитными организациями и их клиентами осуществляются на основе договоров, если иное не предусмотрено федеральным законом. В договоре должны быть указаны процентные ставки по

кредитам и вкладам (депозитам), стоимость банковских услуг и сроки их выполнения, в том числе сроки обработки платежных документов, имущественная ответственность сторон за нарушения договора, включая ответственность за нарушение обязательств по срокам осуществления платежей, а также порядок его расторжения и другие существенные условия договора.

Таким образом, в силу положений ГК РФ существенными условиями кредитного договора являются размер выдаваемого кредита, порядок выдачи кредита, срок выдачи кредита, срок возврата кредита, порядок возврата кредита, размер платы за кредит.

По результатам мониторинга рекламы услуг ООО КБ «ГЕНБАНК» установлено, что в данной рекламе, размещенной на рекламной конструкции стабильного территориального размещения (щите), установленной на одной из сторон проезжей части при движении по ул. Коммунистическая г. Волгограда (напротив торгового центра «Царицынский пассаж») очень мелким шрифтом размещена информация о существенных условиях предоставления кредита и ипотеки.

Отношения по распространению рассматриваемой рекламы услуг ООО КБ «ГЕНБАНК» урегулированы договором на размещение рекламы №61-10 от 23.08.2010 г., заключенным между ООО КБ «ГЕНБАНК» в лице Управляющего Филиала в г. Ростов-на-Дону и ООО «Медиа Град», срок действия договора установлен до 31 декабря 2010 г. Приложениями №1, №2 установлены адреса размещения рассматриваемой рекламы и стоимость услуг по договору.

Распространенная ООО КБ «ГЕНБАНК» реклама банковских услуг направлена на формирование у потребителей желания ими воспользоваться, при этом существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламы. Отсутствие каких-либо сведений об условиях получения кредита может привести к искажению смысла рекламы и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой банковской услугой.

Следует учитывать, что делая вывод о невозможности прочтения существенной информации, специалисты Волгоградского УФАС России, руководствовались совокупностью следующих обстоятельств размещения рекламы услуг ООО КБ «ГЕНБАНК»: месторасположение (около проезжей части); высота расположения автомагистральные щитов над уровнем поверхности земли; ограниченное время считывания информации из проезжающего мимо транспорта, а также пешеходами; фактический размер шрифта, которым написаны существенные условия оказания услуги по сравнению со шрифтом основной привлекательной информации.

Следует отметить, что рассматриваемое рекламное сообщение размещено на динамической рекламной конструкции (призме) и через незначительное количество времени (приблизительно около 30 сек.) появляется другое рекламное изображение, в связи с чем потребитель не имеет возможности прочесть текст, размещенный мелким шрифтом в данной рекламе.

По запросу Волгоградского УФАС России, квалифицированным специалистом-офтальмологом по поручению главного офтальмолога Комитета по здравоохранению Администрации Волгоградской области было проведено исследование рассматриваемой рекламной информации об услугах КБ «ГЕНБАНК» (ООО) на предмет возможности у потребителей рекламы, обладающих нормальным зрением (100%), воспринять информацию, размещенную мелким шрифтом в тексте рассматриваемой рекламы.

Согласно выводам, изложенным в заключении специалиста-офтальмолога (вх.

№1640 от 17.03.2011 г.), информация, размещенная мелким шрифтом в рекламе об услугах КБ «ГЕНБАНК» (ООО) на рекламном щите, установленном на одной из сторон проезжей части при движении по ул. Коммунистическая г. Волгограда, будет являться читаемой для потребителей указанной рекламы при расстоянии ближе 7 метров и времени для чтения не менее 2-3 минут.

В целях установления того обстоятельства, через какой промежуток времени рекламное изображение об услугах КБ «ГЕНБАНК», размещенное на динамической рекламной конструкции в период с 23.08.2010 г. до 31.12.2010 г., установленной на одной из сторон проезжей части при движении по ул. Коммунистическая г. Волгограда (напротив торгового центра «Царицынский пассаж») сменялось другим рекламным изображением, Волгоградским УФАС России была запрошена информация непосредственно у рекламораспространителя рассматриваемой рекламы.

Согласно ответу рекламораспространителя - ООО «Медиа Град» (вх. №2348 от 07.04.2011 г.), призматрон 3х6 (рекламная конструкция), расположенная по ул. Коммунистическая г. Волгограда работает автоматически и его вращение регулирует блок подачи управления. В зависимости от настроек, возможно несколько режимов поворота конструкции: каждые 10-20-30 секунд.

В своих письменных объяснениях по факту, послужившему основанием для возбуждения дела, КБ «ГЕНБАНК» (ООО) считает, что Общество не нарушило законодательство о рекламе, поскольку вся информация в рекламе размещена доступным для потребителя размером шрифта. При этом указывает на то, что потребители в полном объеме могут ознакомиться со всей информацией, размещенной в рекламе об услугах КБ «ГЕНБАНК», поскольку любое заинтересовавшееся представленной информацией лицо может подойти к рекламной конструкции и неограниченное количество времени ознакомиться со всеми условиями предоставления кредита и ипотеки.

На заседании Комиссии по рассмотрению дела представитель филиала КБ «ГЕНБАНК» (ООО) в г. Ростов-на-Дону заявил письменное ходатайство (исх. №60 от 08.04.2011 г.) об исключении из материалов дела заключения специалиста-офтальмолога Деревянченко А.И. в связи с тем, что в данном заключении имеются явные ошибки.

Комиссия, рассмотрев указанное ходатайство по существу, решила оставить его без удовлетворения, поскольку у антимонопольного органа отсутствуют основания для критического отношения к мотивированным и компетентным выводам специалиста-офтальмолога.

Также, представитель КБ «ГЕНБАНК» (ООО) на заседании Комиссии пояснила, что Банк не согласен с наличием нарушения в рассматриваемой рекламе и подтвердила позицию, изложенную в первоначальных объяснениях, а также представила дополнения по обстоятельствам дела. Согласно указанным дополнениям, Банк согласно договору на размещение рекламы, заключенному с ООО «Медиа Град» не отвечает за состояние рекламной конструкции, при котором содержащаяся на конструкции информация может восприниматься потребителями в полном объеме. Банк, как добросовестный рекламодатель, утвердил макет рекламы, в котором были указаны все существенные условия предоставления услуг, в связи с чем, по мнению Банка, нарушения рекламного законодательства не имеется.

Комиссия по рассмотрению дела № 10-03-5/28-02/11, изучив материалы дела, исследовав доказательства и выслушав доводы стороны по обстоятельствам, послужившим основанием для возбуждения дела, пришла к следующим выводам. В силу части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ 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.

Часть 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 нарушение вышеуказанных требований, рекламная информация об услугах ООО КБ «ГЕНБАНК», размещенная мелким шрифтом на рекламной конструкции стабильного территориального размещения (щите), установленной на одной из сторон проезжей части при движении по ул. Коммунистическая г. Волгограда содержит существенные условия предоставления банковских услуг, однако форма их представления такова (мелким нечитаемым шрифтом), что потребители фактически не получают предусмотренную законом информацию и вводятся в заблуждение относительно предлагаемых услуг.

Согласно выводам специалиста-офтальмолога, для ознакомления с данной информацией в рекламе потребителю потребуется не менее 2-3 минут только при расстоянии ближе 7 метров.

Из материалов дела следует, что даже при установлении режима возможного максимального времени (30 секунд) поворота рекламного изображения, потребитель не имел объективной возможности ознакомиться с существенными условиями предоставления рекламируемых банковских услуг, размещенными мелким шрифтом в рекламе, ввиду фактического размера данного шрифта по сравнению с основной привлекательной для потребителя информацией о процентах, а также отсутствия для этого необходимого времени.

В соответствии с Письмом Федеральной антимонопольной службы России, являющейся уполномоченным органом на дачу разъяснений по вопросам применения рекламного законодательства от 29.11.2010 №АК/41963 «О применении Федерального закона «О рекламе» в случае выявления фактов доведения в рекламе до сведения потребителей существенной информации мелким нечитаемым шрифтом», при оценке рекламы следует учитывать то, что исходя из понятия рекламы она предназначается для распространения среди неопределенного круга лиц, в связи с чем вся информация, включая обязательные к указанию сведения, должна быть доступна для потребителей при ознакомлении с рекламой без специальных усилий и применения специальных средств. При этом то обстоятельство, что нормами ФЗ «О рекламе» не установлен размер шрифта, не свидетельствует о том, что размер шрифта может быть любым, поскольку, как следует из положений статьи 5 ФЗ «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной и не должна вводить в заблуждение потребителей. С учетом изложенного, в случае, когда условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, отсутствие которой способно обмануть их ожидания, сформированные рекламой, формально присутствовали в рекламе, однако форма представления сведений такова, что данная информация не может быть воспринята потребителями, следует признавать, что данные сведения не были доведены для неопределенного круга лиц надлежащим образом, в связи с чем потребитель фактически не получил предусмотренную законом информацию и вводится в заблуждение относительно предлагаемой услуги.

Таким образом, Комиссия пришла к выводу о том, что информация об услугах ООО КБ «ГЕНБАНК», размещенная мелким шрифтом на рекламной конструкции

стабильного территориального размещения (щите), установленной на одной из сторон проезжей части при движении по ул. Коммунистическая г. Волгограда, является недоступной для потребителей ввиду мелкого размера шрифта и ограниченного времени считывания указанной информации, в связи с чем потребитель фактически не получил предусмотренную законом информацию и вводится в заблуждение относительно предлагаемых услуг.

Доводы КБ «ГЕНБАНК» (ООО) о том, что размер шрифта соответствует тому, чтобы потребитель в полной мере ознакомился со всей существенной информацией о банковских услугах, не могут быть приняты Комиссией во внимание, поскольку данное утверждение противоречит собранным по делу материалам, в том числе выводам квалифицированного специалиста-офтальмолога.

Доводы КБ «ГЕНБАНК» (ООО) о том, что Банк согласно договору №61-10 от 23.08.2010 г на размещение рекламы, заключенному с ООО «Медиа Град» не отвечает за состояние рекламной конструкции, в том числе за ограниченное время считывания потребителями рекламы, также не могут быть приняты Комиссией во внимание, поскольку приложением №2 от 01.10.2010 г. к указанному договору четко установлен тип рекламной конструкции (призма). Данный договор со всеми приложениями подписан обеими сторонами, после чего сторонами был согласован макет рассматриваемой рекламы. Информация о том, что Банк предъявлял к рекламодателю претензии относительно рекламной конструкции, в материалах дела отсутствуют.

В соответствии с п. 4 ст. 3 ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Рассматриваемая реклама является рекламой ненадлежащей, поскольку нарушены требования законодательства РФ о рекламе, предусмотренные ч.7 ст.5 и ч.3 ст. 28 ФЗ от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».

В соответствии со ст.38 ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г., за нарушение требований, установленных ст.28 и ч.7 ст.5 ФЗ «О рекламе» ответственность несет рекламодатель.

Рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО Коммерческий банк «ГЕНБАНК» (юридический адрес: 121069, г.Москва, ул.Поварская, д.33, место нахождения: 115184, г.Москва, Озерковская наб.,12).

На основании вышеизложенного и руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 г. № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу об услугах Коммерческого банка «ГЕНБАНК» (ООО), размещенную на рекламной конструкции стабильного территориального размещения (щите), установленной на одной из сторон проезжей части при движении по ул. Коммунистическая г. Волгограда (напротив торгового центра «Царицынский пассаж») ненадлежащей.
2. Выдать КБ «ГЕНБАНК» (ООО) предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе;
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Волгоградского УФАС России для возбуждения дела об административном

правонарушении по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд Волгоградской области в течение трех месяцев со дня вынесения решения в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.