

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ

о возбуждении дела № 08/05/28-83/2022

и назначении дела к рассмотрению

«28» ноября 2022 г. г. Москва

Председатель Комиссии ФАС России по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе, Таукенова К.М., рассмотрев материалы по факту распространения в марте - апреле 2022 года на центральных телеканалах рекламы накопительного счета «Сейф» (вклада) Банка ВТБ (ПАО) по ставке от 21 %,

### УСТАНОВИЛА:

В марте - апреле 2022 года на центральных телеканалах распространялась реклама накопительного счета «Сейф» (вклада) Банка ВТБ (ПАО) по ставке от 21 %.

В рекламном видеоролике накопительного счета «Сейф» (вклада) Банка ВТБ (ПАО) сообщается:

<...>

На протяжении всего сюжета реклама сопровождается пятью поясняющими сносками, следующими друг за другом, каждая продолжительностью 4-5 секунд:

<...>

В соответствии с частью 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.

В соответствии с пунктом 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг, и финансовой деятельности 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.

К условиям, влияющим на сумму доходов по вкладу относятся сумма банковского вклада, срок банковского вклада, проценты по вкладу,

порядок снятия денежных средств со счета по вкладу и его пополнения и иные условия.

В рекламе накопительного счета «Сейф» (вклада) Банка ВТБ (ПАО) крупным шрифтом указывается привлекательная для потребителя процентная ставка (от 21 % годовых).

Текст с иными условиями вклада, влияющими на сумму доходов, которую получают вкладчики, такими как:

<...>

размещался в рекламном видеоролике в поясняющих сносках трудным для восприятия способом мелким нечитаемым шрифтом в течение короткого времени, что говорит о недобросовестности рекламы.

Форма и время размещения текста поясняющих сносок не позволяют потребителям воспринять (прочитать) данный текст в отличие от информации о размере процентной ставки по накопительному счету и возможности повышения собственного дохода, которая в рекламе приводится крупным шрифтом, а также озвучивается диктором. Соответственно, потребители не получают всю необходимую для осознанного выбора информацию обо всех условиях накопительного счета, определяющих размер счета и влияющих на его доходность.

В случае, когда условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, отсутствие которой способно обмануть их ожидания, сформированные рекламой финансовой услуги, 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 неопределённого круга лиц надлежащим образом, в связи с чем потребитель фактически не получил предусмотренную законом информацию и вводится в заблуждение относительно предлагаемой финансовой услуги.

Таким образом, в рекламе накопительного счета «Сейф» (вклада) Банка ВТБ (ПАО) при указании одного из условий, влияющих на доходность вклада (процентной ставки 21 % годовых), умалчиваются остальные такие условия.

То обстоятельство, что нормами Федерального закона «О рекламе» не установлен размер шрифта информации, которая должна быть приведена в рекламе обязательно в силу закона, 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.

Таким образом, в рекламе накопительного счета «Сейф» (вклада) Банка ВТБ (ПАО), распространявшейся в эфире центральных телеканалов в марте - апреле 2022 года, усматриваются признаки нарушения части 7 статьи 5, а также пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5, пунктом 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Рекламодателем рассматриваемой рекламы является Банк ВТБ (ПАО) (адрес: 191144, г. Санкт-Петербург, Дегтярный пер., д. 11 лит. А, ОГРН: 1027739609391, ИНН: 7702070139, КПП: 784201001, дата регистрации: 17.10.1990).

На основании части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28, пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 24, 25 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

#### **ОПРЕДЕЛИЛА:**

1. Возбудить производство по делу № 08/05/28-83/2022 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
2. Признать лицами, участвующими в деле:

лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

Банк ВТБ (ПАО) (адрес: 191144, г. Санкт-Петербург, Дегтярный пер., д. 11 лит. А, ОГРН: 1027739609391, ИНН: 7702070139, КПП: 784201001, дата регистрации: 17.10.1990);

3. Назначить дело № 08/05/28-83/2022 к рассмотрению на **«23» декабря 2022 года в «12» часов «00» минут** по адресу: ул. Садовая-Кудринская, д. 11, каб. 204 КУБ (второй этаж), т. 8(499) 755-23-23 (вн. 088-397).
4. Банку ВТБ (ПАО) надлежит в срок до **«20» декабря 2022 года** представить в ФАС России следующие документы и материалы:

копии учредительных документов Банка ВТБ (ПАО) (устав, свидетельство

о постановке на налоговый учет, свидетельство ЕГРЮЛ и иные) с последующими изменениями;

копии документов, подтверждающих полномочия генерального директора;

копии (образцы, макеты, записи на флеш-накопителях и пр.) рекламы накопительного счета «Сейф» (вклада) по ставке от 21 % Банка ВТБ (ПАО) на федеральных каналах в марте - апреле 2022 года;

копии платежных поручений и иных финансовых документов, на основании которых распространялась реклама накопительного счета «Сейф» (вклада) по ставке от 21 % Банка ВТБ (ПАО) на федеральных каналах в марте - апреле 2022 года;

информацию о масштабах (средствах и способах, периоде и территории распространения) рекламной кампании накопительного счета «Сейф» по ставке от 21 % Банка ВТБ (ПАО) в 2022 г.;

справку о полной стоимости рекламной компании за период рекламирования накопительного счета «Сейф» по ставке от 21 % годовых Банка ВТБ (ПАО) в 2022 г.;

письменные объяснения по существу предъявляемых претензий и обстоятельствам проведения рекламной кампании.

Предоставляемые документы и материалы должны быть надлежаще заверены.

Явка представителей Банка ВТБ (ПАО), в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе обязательна (для представителей организации - подлинная доверенность на представление интересов организации, в том числе по делу № 08/05/28-83/2022).

Для обеспечения пропусков в здание ФАС России фамилии и паспортные данные представителей необходимо в обязательном порядке сообщить заранее: для граждан Российской Федерации - за 1 день (по электронной почте [skrasnov@fas.gov.ru](mailto:skrasnov@fas.gov.ru) или по телефону 8(499) 755-23-23 (вн. 088-397).

Заместитель руководителя

К.М. Таукенова

