

РЕШЕНИЕ

по делу №110 о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

26 декабря 2012 года

г. Ставрополь

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Ставропольскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Тихенький О.А. – председатель Комиссии, заместитель руководителя управления;

Жуков И.А. - член Комиссии, главный специалист-эксперт отдела контроля за соблюдением рекламного законодательства и пресечения недобросовестной конкуренции;

Маскаева Н.В. - член Комиссии, государственный инспектор отдела контроля за соблюдением рекламного законодательства и пресечения недобросовестной конкуренции,

рассмотрев дело №110 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения ОАО КБ «ЕвроситиБанк» в городе Пятигорске наружной рекламы финансовых услуг, содержащей признаки нарушения части 7 статьи 5 и пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 №38 – ФЗ «О рекламе»,

в присутствии представителя ОАО КБ «ЕвроситиБанк» по доверенности №122 от 24 декабря 2012 года <***>,

УСТАНОВИЛА:

18 октября 2012 года Ставропольским УФАС России на основании Приказа от «16» октября 2012 года №1081 был осуществлен мониторинг наружной рекламы в городе Пятигорске на предмет соблюдения требований Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006 г. «О рекламе».

В ходе осуществления государственного надзора за рекламной деятельностью хозяйствующих субъектов были выявлены признаки нарушения законодательства о рекламе.

Данным мероприятием установлено, что в городе Пятигорске, 18 октября 2012 года, по улице Калинина, был выявлен факт размещения наружной рекламы ОАО КБ «ЕвроситиБанк», следующего содержания: «ЕВРОСИТИБАНК, www.eurocitybank.ru, СБЕРЕГАЙ И БОГАТЕЙ! до 11,5%* годовых. Вклады с максимальной отдачей. Телефон для справок: 8(8793) 34-13-82, ОАО КБ «ЕвроситиБанк».

Данный факт был зафиксирован с помощью съемки на цифровой фотоаппарат. При более детальном рассмотрении фотографии было установлено, что в рекламе указаны условия предоставления финансовой услуги (вклад) меньшим шрифтом: «Вклад "Максимум". Выплата процентов в конце срока. Сберегательный, нерасходный, непополняемый, с ежемесячной капитализацией процентов. Срок

депозита – 367 или 734 дня. Минимальная сумма – 30 000 руб., 1 000 долларов США, 1 000 евро. Ставка: (% годовых): 367 дней – 11,5% в руб., 7,5% в долларах США, 7,5% в евро. 734 дня – 7,5% в долларах США, 7,5% в евро. Досрочное расторжение вклада по ставке "До востребования", оговоренной в тарифах банка. Не пролонгируется».

Информация о предоставлении финансовой услуги (вклад) находится в правой нижней части рекламной конструкции, указана гораздо меньшим шрифтом и нераспознаваема без специальных приспособлений, поэтому не воспринимается частью потребителей рекламы. Данная реклама является наружной и установлена над проезжей частью дороги. Потребители, проезжающие на личном или общественном транспорте, способны импульсно воспринять часть информации, указанную более крупным шрифтом (СБЕРЕГАЙ И БОГАТЕЙ! до 11,5%* годовых). Поэтому потребители рекламы не были проинформированы об условиях предоставления финансовой услуги (вклад).

Исходя из рекламного макета, представленного ОАО КБ «ЕвроситиБанк», общая площадь на бумажном носителе формата А4 составляет $13 \times 17,5 = 227,5$ кв.см.; общая площадь сноски, в которой приводится существенная информация о предоставляемой финансовой услуге, составляет $10 \times 1 = 10$ кв.см.; площадь сноски составляет 4,3% от общей площади указанного рекламного макета. Высота шрифта на рекламном макете, которым указана привлекательная информация, составляет 1,3 см и занимает 1/10 от общей высоты рекламного макета в то время как высота шрифта в сноске составляет 0,1 см и занимает 1/130 от общей высоты рекламного макета.

Необходимо отметить, что размер рекламы составляет 2,5х3,5 метров. При высоте рекламы 2,5 метра величина шрифта в сноске составляет 2 см.

Реклама ОАО КБ «ЕвроситиБанк» размещалась вдоль дороги. Выполнена зелеными буквами на белом фоне. Реклама была представлена на обозрение 24 часа в сутки, то есть освещенность в разное время суток различная. Потребители, проезжающие на автотранспорте и пешеходы, проходящие по тротуару, рекламную информацию воспринимают сбоку. Таким образом, потребитель не может воспринять данную рекламную информацию, указанную мелким шрифтом.

Информация об условиях предоставления банковского продукта – вклада, имеет решающее значение при выборе рекламируемой услуги, а значит должна быть должным образом доведена до потребителей рекламы.

Таким образом, текст сноски указан несоизмеримо мелким шрифтом по отношению к привлекательному тексту рекламы.

Кроме того, заинтересовавшийся рекламой потребитель, даже теоретически не может ознакомиться со всеми условиями предоставления финансовой услуги, так как, для того, чтобы попытаться прочитать указанный микротекст на данном рекламном щите, автомобилисту надо, как минимум, остановиться возле щита, нарушив при этом ПДД. Кроме того, рекламный щит установлен таким образом, что рекламу и информацию, размещенную на них, могут видеть автомобилисты, движущиеся по противоположной проезжей части четырехполосной дороги, которые однозначно не увидят микротекст под сноской в нижней части рекламного щита.

Из вышесказанного следует вывод о фактическом отсутствии информации, указанной мелким шрифтом в правой части рекламной конструкции, поскольку потребители рекламы просто не могут прочитать её.

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-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 и поддержание интереса к нему и его продвижению на рынке.

В соответствии с пунктом 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», реклама банковских, страховых и иных финансовых 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 таких условий.

В соответствии с частью 7 статьи 5 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006 г. «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 частью 6 статьи 38 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 2 части 2 статьи 28 и частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», несет рекламодатель.

Согласно информации, представленной ОАО КБ «ЕвроситиБанк» на запрос Ставропольского УФАС России, данная реклама была размещена на основании договора №113 на размещение и обслуживание рекламно-информационных материалов наружной рекламы от 01.01.2012 г. заключенного между ООО «Октагон», с другой стороны.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе», рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодателем указанной рекламной продукции является ОАО КБ «ЕвроситиБанк».

На рассмотрении дела представитель ОАО КБ «ЕвроситиБанк» <***> пояснил, что Банк не признает вменяемое ему нарушение рекламного законодательства, так как считает, что в размещенной рекламе указана вся существенная информация в соответствии с ФЗ «О рекламе».

Комиссия Ставропольского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, изучив доводы и аргументы ОАО КБ «ЕвроситиБанк» приходит к следующим выводам.

Наружная реклама (щит 2,5*3,6) имеет ряд особенностей, позволяющих говорить о невозможности прочтения потенциальными потребителями текста рекламы, размещенной под сноской в правой нижней части рекламного пространства.

Совокупность таких особенностей вышеуказанной рекламы, как: месторасположение вдоль дорог, ограниченное время считывания информации, размер шрифта, которым написаны существенные условия предоставления финансовой услуги (вклад), лишает возможности потребителей получить полный текст (информацию) рекламы, делая доступным только основной текст: «СБЕРЕГАЙ И БГАТЕЙ! до 11,5%* годовых».

Информация, указанная мелким шрифтом не воспринимается частью потребителей рекламы. Данная реклама является наружной и установлена над проезжей частью дороги. Потребители, проезжающие на личном или общественном транспорте способны импульсно воспринять часть информации, указанную крупным шрифтом (СБЕРЕГАЙ И БОГАТЕЙ! до 11,5%* годовых). Информация об остальных условиях предоставления Банком финансовой услуги находится в правой нижней части рекламной конструкции, указана гораздо меньшим шрифтом и является недоступной для потребителей рекламы.

Кроме того, согласно Протоколу №16 совместного заседания Экспертного совета по применению законодательства о рекламе и секции по рынку банковских услуг Экспертного совета по защите конкуренции на рынке финансовых услуг от 4 октября 2007 г., размер и способ доведения до потребителей сведений об условиях предоставления финансовой услуги в рекламе должен быть таким, чтобы условия воспринимались обычным человеком обычным образом (т.е. без использования вспомогательных технических средств и в течение времени, в которое возможно восприятие информации), если одно из условий, влияющих на его стоимость, воспринимается потребителями указанным образом.

Из вышесказанного следует вывод о фактическом отсутствии информации, указанной мелким шрифтом в нижней части рекламы, поскольку потребители рекламы просто не могут прочитать ее.

Информация, указанная мелким шрифтом в нижней части рекламы, является существенной, так как ее отсутствие вводит в заблуждение потребителей, умышленно создает об объекте рекламирования впечатление, которое на самом деле не соответствует действительности.

Следовательно, вышеуказанная реклама является ненадлежащей, так как наиболее привлекательная для потребителя информация указана крупным шрифтом, а менее привлекательная — способом, затрудняющим её восприятие (с учетом размера рекламной конструкции и шрифта текста, а так же его местоположения).

На основании вышеизложенного, комиссия Ставропольского УФАС России сделала вывод о фактическом отсутствии информации, указанной мелким шрифтом в нижней части рекламы, поскольку потребители рекламы просто не могут прочитать её.

Таким образом, ОАО КБ «ЕвроситиБанк» допущено нарушение пункта 2 части 2 статьи 28 и части 7 статьи 5 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.06 «О рекламе», выразившиеся в распространении рекламы финансовых услуг, в которой:

отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, и при этом вводятся в заблуждение потребители рекламы;

содержатся только некоторые из условий оказания финансовой услуги, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица.

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 ОАО КБ «ЕвроситиБанк»: «ЕВРОСИТИБАНК, www.eurocitybank.ru, СБЕРЕГАЙ И БОГАТЕЙ! до 11,5%* годовых. Вклады с максимальной отдачей. Телефон для справок: 8(8793) 34-13-82, ОАО КБ «ЕвроситиБанк», распространенную ОАО КБ «ЕвроситиБанк», поскольку в ней нарушены требования пункта 2 части 2 статьи 28 и части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38 – ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ОАО КБ «ЕвроситиБанк» предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Ставропольского УФАС России для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 28.12.2012. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.