

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

о возбуждении дела № 03-02/06-2016 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

08 февраля 2016 года

г. Петрозаводск

Председатель Комиссии Карельского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе <...> – заместитель руководителя Карельского УФАС России, рассмотрев материалы по факту распространения наружной рекламы следующего содержания: «ЖК «Александровский» Просто превосходно! Ипотека в жилом комплексе «Александровский» под 9,4% годовых от банка ВТБ 24, <...>», размещенной на рекламной конструкции, расположенной по адресу: г.Петрозаводск, пр. Ленина, в районе дома №2», содержащей признаки нарушения Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе», Закон),

УСТАНОВИЛ:

В Карельское УФАС России поступило заявление (вх. от 01.12.2015 №6175) <...> (далее – Заявитель) о признаках нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в наружной рекламе следующего содержания: «ЖК «Александровский» Просто превосходно! Ипотека в жилом комплексе «Александровский» под 9,4% годовых от банка ВТБ 24, <...>», размещенной на рекламной конструкции, расположенной по адресу: г. Петрозаводск, пр. Ленина, в районе дома №2.

Сотрудниками Карельского УФАС России осуществлён осмотр данной рекламы. В результате осмотра установлено, что в рассматриваемой рекламе существенная информация, имеющая особую важность для потенциальных потребителей предлагаемой услуги, размещена маленькими буквами на неровно выставленных панелях, внизу рекламы и является нечитаемой, таким образом, потребитель не мог ознакомиться с ее содержанием и принять правильное решение о выборе предлагаемого продукта.

В ходе изучения собранной информации установлено следующее.

Пунктом 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» определено, что 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.

Согласно пункту 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» объект рекламирования – товар, средство индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или

продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Согласно пункту 2 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» под финансовой услугой понимается банковская услуга, страховая услуга, услуга на рынке ценных бумаг, услуга по договору лизинга, а также услуга, оказываемая финансовой организацией и связанная с привлечением и (или) размещением денежных средств юридических и физических лиц.

Рассматриваемый информационный блок полностью соответствует понятию рекламы, так как круг лиц не может быть заранее определен в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования – финансовых услуг по предоставлению ипотечного кредита, призвана формировать и поддерживать интерес к жилому комплексу «Александровский» и банку ВТБ 24 и оказываемыми ими услугам, способствует продвижению их на рынке.

Пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе установлено, что ненадлежащей рекламой является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В силу части 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В силу части 7 статьи 5 ФЗ «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.

Согласно части 1 статьи 28 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).

Исходя из части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе» если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, пользованием им и погашением кредита или займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее.

Вышеуказанный рекламный блок условно можно разделить на две информационные части:

- основная часть, написанная крупным шрифтом: «ЖК «Александровский» просто превосходно! Ипотека в жилом комплексе «Александровский», <...>, 9,4% годовых от банка ВТБ 24», занимающая практически всю рекламную площадь;

- часть, занимающая небольшую часть внизу рекламной площади, написанная мелким, трудным для восприятия шрифтом, однозначно прочитать который не представляется возможным даже при ближайшем нахождении возле рекламной конструкции.

Как следует из пункта 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (далее – постановление Пленума ВАС №58), если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), 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 (часть 7 статьи 5 Закона о рекламе). При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Пунктом 25 постановления Пленума ВАС №58 определено, что в соответствии с частью 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе», если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита, пользованием им и погашением кредита, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, эта реклама должна содержать все остальные условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее, поскольку указание неполных сведений об условиях предоставления кредита может привести к искажению сути рекламируемой банковской услуги и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение ею воспользоваться.

К условиям, влияющим на стоимость кредита, в частности, могут относиться условия о размере процентной ставки, сумме и сроке кредита, платежах и комиссиях по кредитным операциям, а также о дополнительных расходах заемщика, связанных с получением кредита (по страхованию рисков, в том числе жизни, здоровья потенциального заемщика, нотариальному заверению документов, предоставлению обеспечения по кредитному договору, оценке имущества, передаваемого в залог, и др.).

Вместе с тем рекламодатель не обязан указывать конкретный размер дополнительных расходов, которые понесет заемщик, воспользовавшись рекламируемой банковской услугой. Достаточно перечисления таких расходов.

В то же время к информации, определяющей фактическую стоимость кредита, не может быть отнесена информация о неблагоприятных последствиях нарушения договора на оказание финансовых услуг, которые может понести заемщик при неисполнении обязательства, поскольку указанные последствия не могут быть определены рекламодателем до возникновения факта нарушения соответствующих условий договора.

В соответствии с письмом ФАС России от 11.09.2012 №АК/29603, при оценке рекламы, содержащей информацию, указанную мелким, трудным для восприятия шрифтом, 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 Закона о рекламе не установлен размер шрифта, не свидетельствует о том, что размер шрифта может быть любым,

поскольку как следует из положений статьи 5 Закона 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 присутствуют в рекламе, однако форма представления сведений такова, что данная информация не может быть воспринята потребителями, следует признать, 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.

Согласно частям 6 и 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе», ответственность за нарушение требований части 7 статьи 5, статьи 28 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель.

Рекламодателем, согласно статье 3 ФЗ «О рекламе» является - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламораспространителем - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Карельским УФАС России в адрес Администрации Петрозаводского городского округа был направлен запрос (исх. от 20.11.2016 №03-01/116/117/4900) о предоставлении сведений о владельце рекламной конструкции «Призматрон», расположенной на пр. Ленина, напротив д. №2.

В ответ на запрос Администрации Петрозаводского городского округа сообщила, что указанный рекламоноситель – призматрон предоставлен ООО «Компания РиФ».

Согласно информации, представленной ООО «Компания РиФ», данную рекламную конструкцию «Призматрон» передало ИП Ремизову А.Н. на основании Приказа №1-Д от 01.09.2009 «О передаче рекламной конструкции «Призматрон».

Карельским УФАС России в адрес ИП Ремизова А.Н. был направлен запрос (исх. от 13.01.2016 №03-01/116/37) о предоставлении сведений о рекламодателе вышеуказанной рекламы со сроком предоставления информации до 20.01.2016. ИП Ремизов А.Н. 21.01.2016 указанный запрос получил, что подтверждается почтовым уведомлением №18502893032407. До настоящего времени запрашиваемая информация в Управление не поступила.

Исходя из вышеизложенного, в силу пунктов 5, 6 и 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе», рекламодателем и рекламораспространителем указанной рекламы является ИП Ремизов А.Н..

В рассматриваемой рекламе указано, что процентная ставка по предоставлению ипотеки составляет 9,4% годовых, но остальные условия, определяющие полную стоимость ипотечного кредита, определяемую в соответствии с Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее, отсутствуют (напечатаны мелким шрифтом). Данный факт свидетельствует о признаках нарушении части 3 статьи 28, части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

На основании вышеизложенного, руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33,

частью 2 статьи 36 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктом 20 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу № 03-02/06-2016 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

лица, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

- ИП Ремизов А.Н. (<...>).

3. Назначить дело № 03-02/06-2016 к рассмотрению на **26 февраля 2016 года в 15 часов 00 минут по адресу: г. Петрозаводск, наб. Варкауса, д. 1-А, каб. 518.**

4. ИП Ремизову А.Н. **до 22 февраля 2016 года** (включительно) представить следующие сведения (в надлежаще заверенных копиях):

- копии договора на размещение вышеуказанной рекламы на рекламоносителе – призматроне в ноябре 2015 года (с приложением согласованных макетов);

- письменную позицию со ссылкой на нормативно-правовые акты по вопросу распространения рекламы с признаками нарушения части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе»;

- иную информацию, которая может способствовать объективному проведению расследования по вышеназванному вопросу.

Явка лиц для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна. При себе иметь документы, удостоверяющие личность и подтверждающие полномочия на представление интересов юридического лица в органах государственной власти по данному делу.

Предупредить лиц, участвующих в рассматриваемом деле, что **отказ или несвоевременное направление государственному органу сведений** (информации), представление которых предусмотрено законом, а равно представление таких сведений в неполном объёме или искажённом виде, **влечёт наложение административного штрафа** на должностных лиц в размере от двух тысяч до десяти тысяч рублей; на юридических лиц - от двадцати тысяч до двухсот тысяч рублей (ч.6 ст. 19.8 КоАП РФ).

Председатель Комиссии

<...>