

<...>

Филиал в г. Красноярске

ЗАО «Банк ЖилФинанс»

<...>

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 266

«26» октября 2012 года

г. Красноярск

Резолютивная часть решения оглашена 23.10.2012 года

В полном объеме решение изготовлено 26.10.2012 года

Комиссия Красноярского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: Председатель Комиссии – заместитель руководителя управления - Харченко О.П., члены Комиссии: Чуракова О.А. – старший государственный инспектор, Слаутина Е.М. – специалист-эксперт, рассмотрев материалы дела № 266, возбужденного по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения ЗАО «Банк ЖилФинанс» (<...>) рекламы, содержащей признаки нарушения части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ (далее – Федеральный закон «О рекламе»),

в присутствии представителя ЗАО «Банк ЖилФинанс» по доверенности № 371 от 22.05.2012 года <...>,

УСТАНОВИЛА:

В ходе наблюдения за соблюдением требований Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе») 11.09.2012 сотрудниками Красноярского УФАС России было выявлено распространение наружной рекламы финансовых услуг следующего содержания: «Срочный вклад. Пляжный сезон. Море подарков* 11,2%** 254-01-01 8-800-555-00-26 www.bgfbank.ru ...

Банк Жилищного финансирования ... ул. 78 Добровольческой бригады, 14 А» (далее – Реклама). Реклама была размещена на рекламной конструкции 3х6м, расположенной вдоль проезжей части по адресу ул. Молокова, 5. Также в нижней части Рекламы содержится информация, которая изображена значительно более мелким шрифтом.

По данному факту 03.10.2012 Красноярским УФАС России возбуждено дело № 266 по признакам нарушения требований части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» в отношении ЗАО «Банк ЖилФинанс».

В материалах дела № 266 имеются письменные пояснения представителя ЗАО «Банк ЖилФинанс» по доверенности № 371 от 22.05.2012 года <...> из которых следует, что вывод Красноярского УФАС России не основан на фактических данных и является несостоятельным, поскольку в определении о возбуждении дела № 266 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе от 03.10.2012 года не указаны ни конкретная высота рекламной конструкции, ни фактический размер шрифта, так же Федеральным законом «О рекламе» не установлены требования к техническим параметрам (требования к размеру шрифта, типу рекламной конструкции и т.п.) размещаемой рекламы.

В письменных пояснениях представитель ЗАО «Банк ЖилФинанс» по доверенности № 371 от 22.05.2012 года <...> отмечает, что в рекламной конструкции стабильного территориального размещения (щите) использовались следующие параметры: высота конструкции от земли составила 7м, информационное поле 18 кв.м. (высота 3м, ширина 6м). Используемые шрифты: сноска (*), (**) – фактический размер строчной буквы 25х40 мм, прописной буквы 40х50 мм; юридическое название, лицензия – фактический размер строчной буквы 35х40 мм, прописной буквы 50х60 мм; адрес офиса – фактический размер строчной буквы 67х70 мм, прописной буквы – 85х90 мм; телефон федеральный – фактический размер прописной буквы 100х145 мм; адрес сайта – фактический размер строчной буквы 90х100 мм; «Банк Жилищного Финансирования» - фактический размер строчной буквы 40х40 мм, прописной буквы – 53х63 мм; «11,2%» - фактический размер прописной буквы 50х115 мм; «МОРЕ подарков» - фактический размер строчной буквы 75х90 мм, прописной буквы 110х125 мм.

Так же в письменных пояснениях представитель ЗАО «Банк ЖилФинанс» по доверенности № 371 от 22.05.2012 года <...> проводит расчет расстояния, с которого, по ее мнению, потенциальный потребитель имеет возможность считывать рекламную информацию и в результате расчетов приходит к выводу, что с расстояния 7,6 метров человек с нормальным зрением имеет возможность считывать буквы размером между 10 и 11 мм. Учитывая, что в рассматриваемой Рекламе самый мелкий шрифт имеет фактический размер 25х40 мм, т.е. более чем в два раза превышающий размеры шрифта, минимально считываемого человеком с данного расстояния, <...> с достаточной степенью уверенности утверждает, что текст Рекламы напечатан шрифтом, позволяющим потенциальному потребителю без дополнительных усилий воспринимать рекламную информацию. Исходя из приведенных в письменных пояснениях расчетов, <...> утверждает, что потенциальному потребителю достаточно приблизиться к рекламной конструкции на 15,77 метров, чтобы уверенно, не прилагая дополнительных усилий, считать буквы размером 25х40 мм, использованные в тексте Рекламы.

В письменных пояснениях представитель ЗАО «Банк ЖилФинанс» по доверенности № 371 от 22.05.2012 года <...> указывает, что Федеральный закон «О рекламе» не

содержит требований к размеру шрифта, которым должна быть выполнена Реклама, а обязывает рекламодателя раскрыть существенную информацию обо всех условиях договора. Размер рекламы, и, соответственно, размер шрифта рекламы может быть различным. В то же время, шрифт текста рекламы должен позволять потребителю прочитать весь объем размещенной в рекламе информации.

Из вышеуказанного в письменных пояснениях представитель ЗАО «Банк ЖилФинанс» по доверенности № 371 от 22.05.2012 года <...> приходит к выводу о том, что выводы Красноярского УФАС России можно отнести к субъективным и не связанным с намерениями ЗАО «Банк ЖилФинанс» скрыть какую-либо информацию от потребителя. При этом статьей 14.3 КоАП РФ предусмотрена ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе. Учитывая, что ЗАО «Банк ЖилФинанс», являясь рекламодателем рассматриваемой Рекламы, не нарушило ни одного из положений Федерального закона «О рекламе», ЗАО «Банк ЖилФинанс» не может быть привлечено к административной ответственности за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, равно как и производство по делу № 266 должно быть прекращено за отсутствием признаков нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Исследовав материалы дела и письменные пояснения представителя ЗАО «Банк ЖилФинанс» по доверенности № 371 от 22.05.2012 года <...>, Комиссия Красноярского УФАС России установила следующие обстоятельства.

Согласно статье 3 Федерального закона «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 или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Указанная информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к услуге, оказываемой ЗАО «Банк ЖилФинанс», формирование и поддержание интереса к ней, и ее продвижения на рынке.

Таким образом, информация об услуге ЗАО «Банк ЖилФинанс» является рекламой.

Согласно пункту 2 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» финансовая услуга - 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.

Согласно пункту 6 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» финансовая организация - хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги, - кредитная организация, кредитный потребительский кооператив, страховщик, страховой брокер, общество взаимного страхования, фондовая биржа, валютная биржа, ломбард, лизинговая компания, негосударственный пенсионный фонд, управляющая компания инвестиционного фонда, управляющая компания паевого инвестиционного фонда, управляющая компания негосударственного пенсионного фонда, специализированный депозитарий инвестиционного фонда, специализированный депозитарий паевого инвестиционного фонда, специализированный депозитарий негосударственного пенсионного фонда, профессиональный участник рынка ценных бумаг.

Из вышеизложенного следует, что услуга, оказываемая финансовой организацией и связанная с привлечением и (или) размещением денежных средств юридических и физических лиц (срочный вклад) является финансовой услугой.

На основании вышеизложенного Комиссия Красноярского УФАС России установила, что указанная Реклама является рекламой финансовой услуги (срочный вклад), оказываемой ЗАО «Банк ЖилФинанс».

Согласно пункту 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.

В результате изучения макета рассматриваемой Рекламы Комиссия Красноярского УФАС России установила, что крупным шрифтом отображена процентная ставка 11,2 %. В то же время значительно меньшим шрифтом в Рекламе изложена следующая информация: «* с 1 июня 2012 года по 31 августа 2012 года ЗАО «Банк ЖилФинанс» проводит новую акцию «ВКЛАД-ПОДАРОК», в ходе которой пляжные аксессуары получают клиенты, открывшие вклад «Пляжный сезон» на сумму от 50 000 рублей. Количество подарков ограничено! Информация об организаторе акции, о правилах проведения, количестве призов и выигрышей, сроках, месте и порядке их получения – на сайте www.bgfbank.ru или по телефону 254-01-01. ** Ставка 11,2 % годовых действует для всех Вкладчиков в случае, если у Вкладчика имеется либо закрыт любой Вклад в Банке, размещенный не менее чем на 91 день, при условии открытия вклада «Пляжный сезон» на срок 555 дней. Ставка для новых Клиентов при сроке вклада 555 дней составляет 11 % годовых».

В связи с вышеизложенным Комиссия Красноярского УФАС России установила, что в рассматриваемой Рекламе указан полный перечень условий, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, в рамках срочного вклада «Пляжный сезон».

Но учитывая особенности размещения рекламы (месторасположение рассматриваемой Рекламы (на рекламной конструкции – щите, размещенном вдоль проезжей части дороги), ограниченное время считывания информации для потребителей, фактический мелкий размер шрифта, которым написаны существенные условия оказания финансовой услуги (срочного вклада) ЗАО «Банк ЖилФинанс», по сравнению со шрифтом основной, привлекательной для потребителя информации об услуге, высоту расположения текста) потребители Рекламы не имеют возможности ознакомиться с указанными сведениями обычным способом без использования специальных средств и в течение времени, в которое возможно восприятие данной информации.

Реклама, являющаяся предметом рассмотрения дела, размещалась на рекламной конструкции, расположенной вдоль проезжей части дороги, что является подтверждением того факта, что данная Реклама обращена, в том числе, к потребителям,двигающимся на автомобильном либо ином транспорте, которые не имеют возможности подойти на определенное расстояние к Рекламе, с которого становится возможным восприятие текста, изображенного мелким шрифтом. При этом Комиссия Красноярского УФАС России установила, что действующее

законодательство не предусматривает обязанности потребителя осуществлять дополнительные действия, направленные на обеспечение возможности восприятия указанной в рекламе информации в полном объеме, в связи с тем, что реклама направлена на импульсивное восприятие потребителями.

Согласно части 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.

Поскольку распространенная ЗАО «Банк ЖилФинанс» Реклама финансовой услуги (срочного вклада) направлена на формирование у потребителей желания ею воспользоваться, то существенной является не только информация, привлекательная для потребителя (процентная ставка срочного вклада), но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

Отсутствие в Рекламе какой-либо существенной части информации об условиях приобретения продукта приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой финансовой услугой (срочным вкладом).

Согласно информационному письму Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» реклама должна оцениваться по тому воздействию, которое она может оказать.

На основании вышеизложенного Комиссией Красноярского УФАС России установлено, что рассматриваемая Реклама нарушает требования части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

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

В силу статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодаделец - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В материалах дела № 266 имеется копия договора № 512_KJTVD оказания услуг от 15 февраля 2010 г., заключенного между ООО «АПР-Сити/ТВД» и ИП <...>, предметом которого является оказание услуг ООО «АПР-Сити» по размещению согласованной в приложении № 1-9 к договору № 512_KJTVD оказания услуг от 15 февраля 2010 г. рекламной информации в форме плакатов. Согласно пункту 2.1.2 договору № 512_KJTVD оказания услуг от 15 февраля 2010 г. ООО «АПР-Сити/ТВД» обязан обеспечить размещение рекламной информации в форме плакатов, предоставленных ИП <...>, либо Клиентом ИП <...> по его поручению, по адресу и на условиях, которые предусмотрены приложением № 1-9 к договору № 512_KJTVD оказания услуг от 15 февраля 2010 г.

Согласно копии приложения № 1-9 к договору № 512_KJTVD оказания услуг от 15 февраля 2010 г. размещение рассматриваемой Рекламы осуществлялось с 01.09.2012 по 30.09.2012 года по адресу г. Красноярск, ул. Молокова, д. 5.

В материалах дела № 266 имеется копия договора № 111/12 на оказание услуг по размещению наружной рекламы от 15 июня 2012 г., заключенного между ЗАО «Банк ЖилФинанс» и ИП <...>, предметом которого является оказание ИП <...> услуг по размещению наружной рекламы ЗАО «Банк ЖилФинанс» на рекламоносителях, указанных в приложении № 1 к договору № 111/12 на оказание услуг по размещению наружной рекламы от 15 июня 2012 г. Согласно приложению № 1 к договору № 111/12 на оказание услуг по размещению наружной рекламы от 15 июня 2012 г. рассматриваемая Реклама размещалась на пересечении улиц Молокова – 78 Добровольческой Бригады в период с 01.08.2012 по 30.09.2012 года.

Из вышеизложенного следует, что ЗАО «Банк ЖилФинанс» в силу статьи 3 Федерального закона «О рекламе» является рекламодателем рассматриваемой Рекламы.

На момент рассмотрения дела Комиссия Красноярского УФАС России не располагала информацией, подтверждающей тот факт, что нарушение требований части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» ЗАО «Банк ЖилФинанс» устранены.

На основании изложенного, руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального Закона №38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42, 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей Рекламу финансовых услуг, распространяемую ЗАО «Банк ЖилФинанс» (<...>), поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».
2. Выдать ЗАО «Банк ЖилФинанс» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Красноярского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

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

Председатель Комиссии

О.П. Харченко

Члены Комиссии

О.А. Чурякова

Слаутина Елена Михайловна

(391) 265-02-19

ЗАО «Банк ЖилФинанс»

<...>

Филиал в г. Красноярске

ЗАО «Банк ЖилФинанс»

<...>

ПРЕДПИСАНИЕ О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

«26» октября 2012 года

г. Красноярск

Комиссия Красноярского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: Председатель Комиссии – заместитель руководителя управления – начальник аналитического отдела, Харченко О.П., члены Комиссии: Слаутина Е.М. - специалист-эксперт, Чуракова О.А. - старший государственный инспектор, на основании своего решения от 26 октября 2012 г. по делу № 266 о признании ненадлежащей рекламы, распространяемой ЗАО «Банк ЖилФинанс» (<...>) и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального Закона №38-ФЗ «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ЗАО «Банк ЖилФинанс» (<...>) в течение 10 дней с момента получения настоящего предписания осуществить действия, направленные на прекращение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в части нарушения требований части 7 статьи 5 и пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

2. ЗАО «Банк ЖилФинанс» (<...>) представить в течение 5 дней с момента исполнения пункта 1 настоящего предписания в Красноярское УФАС России доказательства прекращения нарушения законодательства о рекламе Российской Федерации.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Красноярское УФАС России вправе в соответствии с пунктом 2 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от пяти тысяч до десяти тысяч рублей; на юридических лиц – от двухсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Слаутина Елена Михайловна

(391) 265-02-19

- [reshenie_i_predpisanie_po_delu_no_266.doc](#)