

РЕШЕНИЕ № 1313-ФАС52-07/14

г.Нижний Новгород

Резолютивная часть решения объявлена 26 ноября 2014 года.

Решение изготовлено в полном объеме 27 ноября 2014 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области по рассмотрению дел о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

- <...> - председатель Комиссии, заместитель руководителя управления;
- <...> - член Комиссии, старший специалист 1 разряда отдела контроля финансовых рынков, рекламы и недобросовестной конкуренции;

**член Комиссии, начальник
отдела контроля финансовых**

- <...> - **рынков, рекламы и
недобросовестной
конкуренции,**

**рассмотрев дело №1313-ФАС52-07/14,
возбужденное в отношении Открытого
акционерного общества «Уральский банк
реконструкции и развития»
(юридический адрес: 620014, г.**

**Екатеринбург, ул. Сакко и Ванцетти, д.67;
адрес операционного офиса
«Нижегородский»: 603006, г. Нижний
Новгород, ул. Белинского, д.102, пом.1)
по признакам нарушения части 7 статьи
5, пункта 2 части 2 статьи 28
Федерального закона от 13.03.2006 №38-
ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О
рекламе»), в отсутствие представителя
банка,**

УСТАНОВИЛА:

Специалистами Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области в ходе осуществления контроля за соблюдением требований рекламного законодательства в городе Нижнем Новгороде на улице Белинского около пересечения с улицей Тверской, на участке между домами №64 и №78, на рекламной конструкции в виде щита 3*6 м. выявлена реклама следующего содержания: *«Легко стартовать! Вклады до 11,5% годовых. Доступная сумма открытия. Уральский Банк реконструкции и развития. 8 800 1000 200, Белинского, 102...»*. Существенные условия вклада напечатаны в нижней части рекламного сообщения мелким, нечитаемым шрифтом.

Специалистами Нижегородского УФАС России составлен Акт наблюдения от 13.08.2014 г. с приложением рекламных сообщений.

Рекламное сообщение содержит признаки нарушения части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

ФАС России письмом от 06.10.2014 № АК/40225/14 наделила Нижегородское УФАС России полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела в отношении ОАО «Уральский банк реконструкции и развития» (далее: ОАО «УБРиР») по признакам нарушения Федерального закона «О рекламе».

22 октября 2014 года возбуждено производство по делу №1313-ФАС52-07/14 в отношении ОАО «УБРиР» по признакам нарушения части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

26 ноября 2014 года Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области по рассмотрению дел о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе рассмотрело дело № 1313-ФАС52-07/14 по существу.

ОАО «Уральский банк реконструкции и развития» письмом от 05.11.2014 г. (исх. №7076-01/139031) ходатайствовало о рассмотрении дела в отсутствие представителя банка.

Изучив материалы дела № 1313-ФАС52-07/14, представленные документы, Комиссия Нижегородского УФАС России приходит к следующим выводам.

13 августа 2014 года специалистами Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области в ходе осуществления контроля за соблюдением требований рекламного законодательства в городе Нижнем Новгороде на улице Белинского около пересечения с улицей Тверской, на участке между домами №64 и №78, на рекламной конструкции в виде щита 3*6 метра выявлено сообщение следующего содержания: *«Легко стартовать! Вклады до 11,5% годовых. Доступная сумма открытия. Уральский Банк реконструкции и развития. 8 800 1000 200, Белинского, 102....»*. Остальные условия рекламируемого вклада напечатаны в нижней части сообщения мелким, нечитаемым шрифтом.

Специалистами Нижегородского УФАС России по данному факту составлен акт наблюдения от 13.08.2014 г. К акту приложены фотографии.

Данное сообщение является рекламой, так как отвечают определению, указанному в пункте 1 статьи 3 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 или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» объект *рекламирования* - товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама, пункт 3 этой же статьи определил, что *товар* - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Объектом рекламирования является ОАО «Уральский банк реконструкции и развития», а товаром банковские услуги по программе *««Легко стартовать! Вклады до 11,5% годовых. Доступная сумма открытия....»*.

На фотографиях, приложенных к акту видно, что рекламная конструкция размещена на территории стройки, огороженной строительным забором, а пешеходный переход около рекламной конструкции имеет козырек (крышу). Таким образом, сообщение возможно разглядеть из проезжающего автомобильного транспорта, либо с противоположной стороны улицы.

При обращении на сайт ОАО «Уральский банк реконструкции и развития» www.ubrr.ru установлено, что вкладов, с рекламируемой процентной ставкой, нет. Рекламируемая процентная ставка возможна только при приобретении Сберегательного сертификата на предъявителя на сумму от 1.000.000 (один миллион) рублей на срок 540 дней. По данному факту специалистами Нижегородского УФАС России составлен акт наблюдения от 13.08.2014 г.

В письме ОАО «УБРИР» (исх.№7076-01/139026 от 05.11.2014) представлен макет распространенного рекламного сообщения. Текст рекламного сообщения условно можно разделить на две информационные части:

- основная часть, написанная крупным шрифтом: *«Легко стартовать! Вклады до 11,5% годовых. Доступная сумма открытия. Уральский Банк реконструкции и развития. 8 800 1000 200, Белинского, 102»;*

- часть, написанная мелким, трудным для восприятия шрифтом, занимающая менее 10% рекламной площади, содержит следующую информацию: *«Указана ставка при приобретении сберегательного сертификата на сумму от 1 млн. рублей на срок 540 дней. Выплата процентов в конце срока. Минимальная сумма вклада, удостоверяемого сертификатом – 10000 рублей. При досрочном погашении сертификата при сроке до 366(включительно) – ставка 0,1% годовых, при сроке от 367 дней – 7% годовых. Условия действительны на 1 августа 2014 г. Реклама ОАО «УБРИР», Ген.лиц.ЦБ РФ № 429».*

Сведения, влияющие на окончательную сумму доходов потребителя, воспользовавшегося предложением банка (о сумме сберегательного сертификата, о минимально возможной сумме вклада, о сроке действия сертификата, о возможности и условиях досрочного погашения сертификата), являются существенной информацией, необходимой потребителю для принятия осознанного решения.

Данные сведения указаны в рекламе мелким шрифтом, и занимают менее 10 % площади рекламного пространства. В связи с тем, что рекламное сообщение распространялось на рекламной конструкции, размещенной на объекте наружной рекламы, расположенной на большой высоте вдоль автомобильной дороги, то информация о существенных условиях рекламируемой финансовой услуги, не могла быть прочитана потребителем.

Поскольку распространенная ОАО «Уральский банк реконструкции и развития» реклама банковской услуги направлена на формирование у потребителей желания ею воспользоваться, то существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой. При этом, для признания наличия такой информации в рекламе, она должна быть выполнена способом, позволяющим ее воспринимать потребителями, в том числе должна быть такого же шрифта, что и привлекательная для потребителя информация.

Написание сведений о существенных условиях предоставляемого банковского продукта, в форме невозможной для восприятия потребителем, искажает смысл информации и не дает потребителю рекламы соответствующего действительности представления об условиях приобретения финансовой услуги.

Формальное присутствие в рекламе сведений о существенных условиях финансовой услуги не позволяет потребителю воспринимать данные сведения, следовательно, не может быть расценено как их наличие. Таким образом, потребителем в рекламе воспринимается единственное условие предоставляемой банком финансовой услуги – *«Вклады до 11,5% годовых. Доступная сумма открытия...»*.

Указанное обстоятельство вводит потенциальных клиентов в заблуждение, так как не позволяет им, руководствуясь текстом рекламы, обоснованно принять решение о необходимости приобретения товара на предложенных условиях оплаты либо об отказе от этого.

Вместе с этим, возможность потенциальных потребителей банковских услуг ознакомиться с существенными условиями рекламируемого кредита по телефону, на что указано в спорной рекламе, не заменяет обязанности по распространению существенных сведений, отсутствие которых способно ввести потребителей в заблуждение относительно рекламируемого продукта.

Поскольку по смыслу пункта 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама адресована неопределенному кругу лиц, в число потенциальных потребителей объекта рекламирования входят лица, не имеющие возможности ознакомления с информацией о кредите по телефону. Следовательно, указание телефона, не может освободить рекламодача от исполнения обязанности по соблюдению требований ФЗ «О рекламе» при размещении рекламы с использованием средств стабильного территориального размещения.

Согласно 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.

В связи с этим, реклама в которой существенная информация (о сумме сберегательного сертификата, о минимально возможной сумме вклада, о сроке действия сертификата, о возможности и условиях досрочного погашения сертификата) указана мелким, не читаемым шрифтом, противоречит требованиям пункта 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Частями 2, 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе» установлены требования по рекламе финансовых услуг.

В соответствии с пунктом 2 части 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе» реклама банковских 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.

Рекламное сообщение содержит информацию о процентной ставке по вкладу в размере «до 11,5 % годовых».

В связи с тем, что информация об условиях, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица (о сумме сберегательного сертификата, о минимально возможной сумме вклада, о сроке действия

сертификата, о возможности и условиях досрочного погашения сертификата) указана мелким, не читаемым шрифтом, то реклама противоречит требованиям пунктом 2 части 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

ОАО «Уральский банк реконструкции и развития» в письме от 05.11.2014 (исх.№ 7076-01/139023) сообщило, что согласно пункту 1 статьи 836 ГК РФ, договор банковского вклада должен быть заключен в письменной форме. Письменная форма считается соблюденной, если внесение вклада удостоверено сберегательной книжкой, сберегательным или депозитным сертификатом, либо иным выданным банком вкладчику документом, отвечающим требованиям, предусмотренным для таких документов законом, установленными в соответствии с ним банковскими правилами и применяемыми в банковской практике обычаями делового оборота. В данном случае, рекламируемый вклад удостоверяется сберегательным сертификатом. Условия выпуска и обращения сберегательных сертификатов на предъявителя ОАО «УБРиР» утверждены решением Совета директоров (Протокол от 20.01.2014 №1), зарегистрированы в Главном управлении Центрального Банка РФ по Свердловской области 19.02.2014 г. Все существенные условия выпуска сберегательного сертификата указаны в рекламе и на интернет-сайте Банка в разделе Вклады/Сберегательный сертификат (<http://www.ubrr.ru/chastnym-klientam/vklady/sberegatelnye-sertifikaty/>).

В ходе рассмотрения дела Комиссия Нижегородского УФАС России установила, что согласно Условиям выпуска сберегательных сертификатов ОАО «УБРиР» данный вид вклада является ценной бумагой на предъявителя.

На территории Российской Федерации принят Федеральный закон от 23.12.2003 №177-ФЗ «О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации». Настоящий Федеральный закон устанавливает правовые, финансовые и организационные основы функционирования системы обязательного страхования вкладов физических лиц в банках Российской Федерации (далее - система страхования вкладов), компетенцию, порядок образования и деятельности организации, осуществляющей функции по обязательному страхованию вкладов (Агентство по страхованию вкладов, далее также - Агентство), порядок выплаты возмещения по вкладам, регулирует отношения между банками Российской Федерации, Агентством, Центральным банком Российской Федерации (Банком России) и органами исполнительной власти Российской Федерации в сфере отношений по обязательному страхованию вкладов физических лиц в банках.

Целями Закона в соответствии со статьёй 1 являются:

1. защита прав и законных интересов вкладчиков банков Российской Федерации, укрепление доверия к банковской системе Российской Федерации и стимулирование привлечения сбережений населения в банковскую систему Российской Федерации;

2. настоящий Федеральный закон регулирует отношения по созданию и функционированию системы страхования вкладов, формированию и использованию ее денежного фонда, выплатам возмещения по вкладам при наступлении страховых случаев, а также отношения, возникающие в связи с осуществлением государственного контроля за функционированием системы страхования вкладов, и иные отношения, возникающие в данной сфере;

3. действие настоящего Федерального закона не распространяется на иные способы страхования вкладов физических лиц для обеспечения их возврата и выплаты процентов по ним;

4. в соответствии с целями настоящего Федерального закона устанавливаются особенности правового статуса участников системы страхования вкладов и определения существенных условий обязательного страхования вкладов, страхового случая, уплаты страховых взносов и получения страхового возмещения по обязательному страхованию вкладов;

5. отношения, возникающие в связи с созданием и функционированием системы страхования вкладов, регулируются настоящим Федеральным законом, иными федеральными законами, а в случаях, предусмотренных настоящим Федеральным законом, - принимаемыми в соответствии с ним нормативными правовыми актами Правительства Российской Федерации и нормативными актами Банка России.

Таким образом, Система страхования вкладов является важнейшим инструментом защиты интересов вкладчиков банков. Данное условие является важнейшим показателем для вкладчика при принятии решения о размещении денежных средств во вклады банков.

В соответствии с пунктами 1 и 2 статьи 11 ФЗ «О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации» размер возмещения по вкладам каждому вкладчику устанавливается исходя из суммы обязательств по вкладам банка, в отношении которого наступил страховой случай, перед этим вкладчиком. При исчислении суммы обязательств банка перед вкладчиком в расчет принимаются только вклады, застрахованные в соответствии со [статьей 5](#) настоящего Федерального закона. Возмещение по вкладам в банке, в отношении которого наступил страховой случай, выплачивается вкладчику в размере 100 процентов суммы вкладов в банке, но не более 700 000 рублей.

Однако, в соответствии с пунктом 2 части 2 статьи 5 ФЗ «О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации» не подлежат страхованию денежные средства, размещенные физическими лицами в банковские вклады на предъявителя, в том числе удостоверенные сберегательным сертификатом и (или) сберегательной книжкой на предъявителя.

На основании вышеизложенного, Комиссия Нижегородского УФАС России делает вывод о том, что указание в рекламе на банковскую услугу «Вклад», вводит потребителя рекламы в заблуждение относительно того, что в данном случае рекламируется «сберегательный сертификат», который в соответствии с действующим законодательством не участвует в Системе страхования вкладов.

Таким образом, рекламное сообщение «*Легко стартовать! Вклады до 11,5% годовых. Доступная сумма открытия...*», в котором существенная информация о том, что в действительности рекламируется «Сберегательный сертификат на предъявителя», указана мелким, нечитаемым шрифтом, противоречит требованиям части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

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

Рекламное сообщение распространялось на основании Договора №53/2012/7532/12-630 от 29.02.2012 г., заключенного ОАО «Уральский банк реконструкции и развития» с ООО «МедиаСелекшен Урал», на комплекс рекламных услуг по организации размещения/демонстрации рекламно-информационных материалов в наружной рекламе, в том числе в городе Нижнем Новгороде.

Рекламодателем рекламного сообщения, является ОАО «Уральский банк реконструкции и развития».

Таким образом, реклама ОАО «Уральский банк реконструкции и развития» противоречит требованиям части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

ОАО «УБРИР» не признало нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В связи с тем, что на момент рассмотрения дела в материалах дела отсутствует информация о прекращении распространения рекламы ОАО «УБРИР», Комиссия Нижегородского УФАС России считает целесообразным выдать Обществу предписания об устранении нарушения.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», в соответствии с пунктами 37-44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу «*Легко стартовать! Вклады до 11,5% годовых. Доступная сумма открытия...*» ОАО «Уральский банк реконструкции и развития» распространяемую на объектах наружной рекламы в городе Нижнем Новгороде по адресу: ул. Белинского, около пересечения с улицей Тверской, на участке между домами №64 и №78, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ОАО «Уральский банк реконструкции и развития» предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

2. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>

- [27-11-2014 no ss-07-11654 predpisanie-1.doc](#)
- [27-11-2014 no ss-07-11655 predpisanie-2.doc](#)