

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 34

о наложении штрафа по делу № 4-05/39

об административном правонарушении

Управление Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю рассмотрел протокол об административном правонарушении от 10 апреля 2013 года и материалы дела № 4-05/39 об административном правонарушении, в отношении ОАО «Альфа - Банк» в связи с распространением ненадлежащей рекламы финансовых услуг.

Дело рассмотрено в отсутствие представителя ОАО «Альфа Банк», надлежащим образом уведомленного о времени и месте рассмотрения дела.

### УСТАНОВИЛ:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Хабаровским УФАС России 20 января 2013 года отслежена наружная реклама ОАО «Альфа Банк», распространяемая в г. Хабаровске по ул. Суворова – ул. Краснореченская, следующего содержания:

крупным шрифтом:

*«Ниже некуда. Кредит с переплатой всего 10%. Кредит наличными «Десятка» Альфа – Банк».*

мелким шрифтом (размером 3,1 см):

*«С учетом заключения договора страхования Заемщика. Под переплатой понимаются фактические затраты Заемщика на обслуживание кредита за весь срок кредитования. Сумма кредита от 50 тыс. до 750 тыс. руб. Процентная ставка по кредиту- 21, 25% годовых при заключении договора страхования по любой из предложенных программ или 25, 38% годовых без заключения договора страхования Заемщика. Программа «Страхование жизни и здоровья Заемщика Персональных кредитов»: +0, 2 % от суммы предоставляемого кредита в месяц на весь срок кредитования. Программа «Страхование жизни и здоровья Заемщика Персональных кредитов + Защита от потери работы и дохода»: +0,37 % от суммы предоставляемого кредита в месяц на весь срок кредитования. Предоставляются ОАО «АльфаСтрахование». Лицензия ФССН SN № 223977 от 13.12.2006. Банк оставляет за собой исключительное право на принятие решения о предоставлении либо отказе в предоставлении кредита. ОАО «Альфа-Банк». Ген. лицензия Банка России № 1326 от 29.01.1998».*

Кроме того, указанная наружная реклама распространяется на рекламных конструкциях по адресам:

- ул. Карла Маркса (ост. Павленко)(призматрон);
- Уссурийский бульвар – ул. Калинина (призматрон);
- ул. Ленина – пл. Блюхера (призматрон);
- ул. Дикопольцева – ул. Ким - Ю – Чена– призматрон.

Срок размещения указанной рекламы с 01 по 31 января 2013 года.

Реклама ориентирована на неопределенный круг лиц, целенаправленно направлена на мотивацию потребителя рекламы на выбор услуги. Создавая привлекательные условия возможности по заключению кредитного договора, побуждает совершить определенные действия в отношении объекта рекламирования, а именно вступить в конкретные правоотношения с Банком по заключению договора на определенных рекламной условиях.

Согласно пункту 2 части 2 статьи 28 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, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

В расходы лица (заемщика), заключившего ипотечный договор, включаются:

оплата стоимости кредита (процент за пользование кредитом, платежи за открытие счета, ежемесячные фиксированные платежи за обслуживание счета, платежи, связанные с получением суммы кредита наличными, и другие платежи, обусловленные выдачей кредита и процессом его возврата);

оплата услуг страхования, если выдача займа обусловлена необходимостью заключения договора страхования;

иные расходы, возникающие у заемщика в процессе исполнения договора займа (необходимость нотариального заверения документов и т.п.).

Следовательно, если в рекламе услуг по предоставлению кредита указано любое из перечисленных условий, то должны быть указаны все остальные условия, как определяющие размеры расходов заемщика по договору кредита, так и влияющие на эти расходы.

В соответствии с частью 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе», если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита, использованием им и погашением кредита, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее.

Стоимость кредита включает в себя проценты за кредит, а также все иные платежи, взимаемые в рамках кредитного договора в связи с предоставлением кредита. Сюда включаются: платежи за открытие счета, ежемесячные фиксированные платежи за обслуживание счета, платежи, связанные с получением суммы кредита наличными, и другие платежи, обусловленные выдачей

кредита и процессом его возврата.

В данной рекламе ОАО «Альфа - Банк» указывает такие условия договора, как переплату по кредиту - 10%.

В содержании рекламы «Кредит наличными «Десятка», распространяемой на средства наружной рекламы, содержится указание на часть условий по кредитному договору.

Необходимая информация нанесена на баннеры наружной рекламы мелким шрифтом, что не позволяет потребителю рекламы ознакомиться и воспринять информацию о сумме, процентных ставках, сроке кредита, программах страхования и это вводит потребителя в заблуждение.

Такие условия как: срок кредита - 10 месяцев; переплата по кредиту в случае отсутствия страхования -12% , в рекламе отсутствуют.

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 рекламы.

На рекламных щитах, информация, размещенная в нижней части рекламы, не доступна, так как размер шрифта маленький. Для пассажиров и водителей движущегося транспорта время считывания рекламной информации ограничено и, следовательно, информация, нанесенная на баннер мелким шрифтом, также недоступна для восприятия.

Информация о существенных условиях кредита выполнена столь мелким по сравнению с основным рекламным текстом шрифтом, что делает невозможным ее восприятие и вводит потребителя в заблуждение относительно условий по рекламируемому вкладу.

Учитывая изложенное, несмотря на формальное наличие в рекламе существенной информации обо всех условиях кредитного договора, форма предоставления данных сведений такова, что они не воспринимаются потребителями, так как размер шрифта очень маленький и исключена возможность максимального приближения к ней потребителя (рекламные конструкции формата высотой 3м и более).

Тот факт, что существенная информация в спорной рекламе не читается, очевидно усматривается при визуальном просмотре текста наружной рекламы.

Поскольку существенной является не только информация привлекательная для потребителей (написана крупным шрифтом), но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей рекламы банковских услуг, отсутствие каких-либо сведений, в том числе и доступных, об условиях кредита, может привести к искажению смысла рекламы и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой банковской услугой, так как данная информация сложно воспринимаема или вообще недоступна для потребителей.

Кроме того, в соответствии с частью 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе» реклама

банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество).

В рекламе присутствует наименование банка, но оно выполнено мелким нечитаемым шрифтом, в связи с чем, является недоступным для восприятия.

Таким образом, наружная реклама кредита ОАО «Альфа-Банк» противоречит части 7 статьи 5, части 1, пункту 2 части 2, части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

ОАО «Альфа банк» представлены пояснения, согласно которым банк не согласен с выявленным нарушением:

1. Содержащееся в рекламе словосочетание «Кредит с переплатой всего 10%», не содержит условий, влияющих на фактическую стоимость кредита.
2. Закон о рекламе не содержит требований к размеру шрифта, которым должна быть выполнена реклама.
3. Полную информацию о банковском продукте можно получить в сети Интернет на официальном сайте Банка.

Данные доводы не принимаются по следующим основаниям.

1. В Законе о рекламе (пункты 2 и 3 статьи 3) под товаром как объектом рекламирования понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Пунктом 2 части 2 и частью 3 статьи 28 названного Закона предусмотрено, что реклама банковских 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 этих условий; если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита, пользованием им и погашением кредита, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать другие условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее.

Поскольку распространенная обществом реклама банковской услуги по предоставлению в кредит денежных средств 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.

Отсутствие в рекламе какой-либо существенной части информации о кредите приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемым кредитом.

Между тем, распространенная обществом реклама содержала сведения только о переплате по кредиту и в ней не были указаны срок кредита, процентная ставка по кредиту, платежи и комиссии по кредитным операциям и иные условия, влияющие на фактическую стоимость кредита и расходы заемщика.

Указание в рекламе услуг по кредитованию переплаты, само по себе не позволяет потребителю, проявляющему интерес к рекламируемой банковской услуге,

получить достаточные сведения о фактически понесенных им в будущем расходах, в связи с чем, способствует формированию у него неверных представлений о сумме денежных средств, которую можно получить, воспользовавшись рекламируемым продуктом.

С учетом названных обстоятельств и положений части 3 статьи 28 Закона о рекламе следует признать, что реклама общества не отвечает требованиям Закона.

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

2. В соответствии со статьей 3 ФЗ «О рекламе» реклама - это информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирования или поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке.

Использование рекламодателем такого визуального приема в рекламе, как неодинаковый размер шрифта размещенной информации, когда размер букв и цифр крупного шрифта во много раз превышает размер букв и цифр мелкого шрифта - вводит в заблуждение потребителя относительно рекламируемого товара. В данном случае и та, и другая информация касается рекламы одного и того же банковского продукта.

Применяемый Заявителем в рекламном тексте шрифт своим размером должен обеспечивать восприятие потребителем всего содержания рекламной надписи, без дополнительно предпринимаемых усилий по разглядыванию какой-либо ее части.

Однако Банк осознано разместил рекламу в таком виде, при котором несоразмерность шрифта привела к потере читаемости существенных условий по кредиту, что создало условия для введения потребителей в заблуждение.

В рассматриваемой рекламе выделено наиболее привлекательное для потребителя условие: переплата по кредиту. Иные условия, необходимые потребителю для принятия осознанного решения по оформлению кредита в Банке, написаны мелким шрифтом, следовательно, прочесть и, тем более, уяснить указанные условия не представляется возможным.

Формальное присутствие в рекламе обозначенных условий не позволяют потребителю воспринимать данные сведения, и не может расцениваться как их наличие. Следовательно, Заявитель умолчал об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму расходов, когда в рекламе сообщалось одно из условий.

Отсутствие в Законе нормы, определяющей размер шрифта рекламных надписей, не свидетельствует о том, что они могут быть любыми, поскольку это противоречит положениям ст. 5 Закона относительно добросовестности и достоверности рекламы, которая не должна вводить в заблуждение потребителя.

Использованный в рекламном тексте шрифт своим размером должен обеспечить нормальное восприятие потребителем всего содержания рекламных надписей

(рекламируемая процентная ставка Банка просматривается за 2 квартала до рекламной конструкции, однако для того, что прочесть информацию внизу баннера необходимо практически вплотную приблизиться к рекламной конструкции).

Реклама направлена на восприятие информации потребителями (относительно быстрое и четкое принятие предлагаемой информации, а также её понимание и уяснение без совершения действий, направленных на специальное, длительное сосредоточение внимания), как пешеходами, так и водителями, пассажирами, так как реклама предназначена для неопределенного круга лиц. Все рекламные конструкции установлены вдоль проезжей части и определены для всех участников движения (как пешеходов, так и пассажиров).

3. «Включение обществом в текст рекламы адреса и телефонов для уточнения подробностей о рекламируемой банковской услуге не может свидетельствовать о соблюдении им требования о размещении в рекламе существенной информации, отсутствие которой способно ввести потребителя в заблуждение относительно рекламируемого продукта» (ПРЕЗИДИУМ ВЫСШЕГО АРБИТРАЖНОГО СУДА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ПОСТАНОВЛЕНИЕ от 31 марта 2009 г. N 15275/08).

«Информация о возможности уточнения подробностей о рекламируемой банковской услуге - кредите не заменяет опубликования существенных сведений, отсутствие которых способно ввести потребителя в заблуждение относительно рекламируемого продукта» (ПРЕЗИДИУМ ВЫСШЕГО АРБИТРАЖНОГО СУДА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ПОСТАНОВЛЕНИЕ от 31 марта 2009 г. N 15340/08).

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований статьей 5. 28 Закона несет рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Установлено, что рекламодателем, в интересах которого непосредственно распространялась рекламная кампания, является ОАО «Альфа - Банк». Данный факт подтверждается письмом ООО «Карат – Русс Медиа» (вход. от 5/2784 от 03.04.2013 года, агентским договором № К-14/2011, заключенным между ОАО «Альфа – Банк» и ООО «Карат – Русс Медиа», дополнительным соглашением № 395, актом приема – сдачи услуг агента по дополнительному соглашению № 396 от 31 января 2013 года; платежными поручениями.

На основании части 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламодателем, рекламодателем законодательства о рекламе (ненадлежащая реклама) влечет наложение административного штрафа.

Руководствуясь статьей 33 Федерального закона «О рекламе», статьями 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать ОАО «Альфа - Банк» виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3. КоАП РФ.

2. Применить к ОАО «Альфа-Банк» меру ответственности в виде административного штрафа за ненадлежащую рекламу в размере 100 000 (сто тысяч) рублей.

Согласно части 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее тридцати дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Сумма штрафа, уплаченная за нарушение законодательства о рекламе, зачисляется в бюджет:

получатель УФК по Хабаровскому краю (Хабаровское УФАС России), р/с 40101810300000010001, ГРКЦ ГУ ЦБ РФ по Хабаровскому краю г. Хабаровска, БИК 040813001, ИНН 2721023142, КПП 272101001, код 161 11626000016000140, ОКАТО 08401000000.

При отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, по истечении тридцати дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу, должностное лицо, вынесшее постановление, направляет соответствующие материалы судебному приставу - исполнителю для взыскания суммы административного штрафа в порядке, предусмотренном федеральным законодательством. Кроме того, должностное лицо, вынесшее постановление, принимает решение о привлечении лица, не уплатившего административный штраф, к административной ответственности в соответствии с частью 1 статьи 20.25 КоАП РФ.

В соответствии с пунктом 3 части 1 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.