

РЕШЕНИЕ

по делу № 027/05/28-1717/2022

27 января 2023 года

г. Хабаровск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:

руководитель управления;

Члены Комиссии:

начальник отдела рекламы и недобросовестной конкуренции;

ведущий специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции,

рассмотрев дело № 027/05/28-1717/2022 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту размещения «Азиатско – Тихоокеанский банк» (АО) (ИНН 2801023444, КПП 280101001, место осуществления деятельности: г. Благовещенск, ул. Амурская, 225) рекламы с нарушением требований части 7 статьи 5, статьи 9, пункта 2 части 2, части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе»,

в присутствии представителя размещения «Азиатско – Тихоокеанский банк» (АО) – гр. (по доверенности),

УСТАНОВИЛА:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Управлением Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю 08 ноября 2022 года на телеканалах «Домашний», «Мир» в региональных блоках отслежена реклама (20 секунд) «Азиатско – Тихоокеанский банк» (АО) следующего содержания:

Звуковая информация:

«В Новый год чудеса случаются! А с кредитом от АТБ чудеса возвращаются! Оформите кредит под 4,9% в Азиатско-Тихоокеанском банке и получите шанс выиграть 202 тысячи 300 рублей, потому что мы знаем добро возвращается! Банк АТБ рядом!»

Визуальная информация:

Крупным шрифтом: *«АТБ, РОЗЫГРЫШ 202300. АТБ Азиатско-Тихоокеанский банк Кредит наличными 4,9% годовых»*

Мелким шрифтом (с 08 по 12 секунды):

«Акция чудеса под Новый год! Срок проведения акции 07.11.2022 – 25.12.2022. Для участия в акции необходимо оформить договор «Потребительский кредит» на сумму не менее 100 000 рублей в период с 07.11.2022 по 25.12.2022. Определение главного призера производится в течение 5 рабочих дней после окончания периода акции. Объявление и награждение главного призера состоится в январе 2023 года. Подробности об организаторе мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения на сайте www.atb.su. Количество призов ограничено».

Мелким шрифтом (с 13 по 16 секунды):

«Условия тарифного плана «Кредит наличными» для физ.лиц: сумма от 30 тыс.руб. до 3 млн. руб., срок 13-60 мес., ставка (% годовых определяется для каждого заемщика индивидуально): 3,9% -20,9% годовых (процентная ставка при личном страховании заемщиком); без страхования ставка выше на 8 п.п., выбор страховщика - на усмотрение заемщика. Ставка от 3,9% годовых при наличии предварительного одобрения Банка».*

Мелким шрифтом (с 17 по 19 секунды):

«Оформление по паспорту при сумме кредита до 100 000 руб., свыше

- для получающих зар.плату на банк.карту АТБ/клиентов, подтвердивших доход выпиской из ПФР, запрошенной банком. Полная стоимость кредита (при оформлении по каналу офф-лайн): 10, 156% - 29, 791% годовых, 1743,96 – 2 343 600, 36 руб. АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКИЙ БАНК (АО). Условия на 25.10.2022. Универсальная лицензия ЦБ РФ № 1810»

Реклама распространялась в региональных блоках на телеканалах: Россия 1, НТВ, СТС, Пятый канал, РЕН ТВ, Домашний, ТВ-3, Пятница, ТВЦ, Звезда, Мир в г. Хабаровске; Первый, НТВ, ТНТ, СТС, Пятый канал в г. Комсомольске -на –Амуре с 07 по 27 ноября 2022 года.

Реклама ориентирована на неопределенный круг лиц, направлена на мотивацию потребителя рекламы на выбор услуги и на заключение кредитного договора с указанными в рекламе условиями. Реклама побуждает совершить определенные действия в отношении объекта рекламирования, а именно: вступить в конкретные правоотношения с банком по заключению договора кредита на определенных рекламой условиях.

1. В рекламе крупно указывается процентная ставка по кредиту (от 4,9%), то есть, дано условие кредитного договора, влияющее на его стоимость, следовательно, реклама должна соответствовать требованиям статьи 28 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с пунктом 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 получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

В расход лица (заемщика), заключившего договор на предоставления кредита, включается:

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 кредита обусловлена необходимостью заключения договора страхования;

иные расходы, возникающие у заемщика в процессе исполнения кредитного договора (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 перечисленные условия, как определяющие размеры расходов заемщика по кредиту, так и влияющие на эти расходы.

В соответствии с частью 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 ФЗ «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее.

Согласно статье 6 ФЗ «О потребительском кредите (займе)» к условиям, определяющим полную стоимость кредита, отнесены:

сумма потребительского кредита (займа);

срок действия договора потребительского кредита (займа) и срок возврата потребительского кредита (займа);

проценты по договору потребительского кредита (займа);

платежи заемщика в пользу кредитора, если обязанность заемщика по таким платежам следует из условий договора потребительского кредита (займа) и (или) если выдача потребительского кредита (займа) поставлена в зависимость от совершения таких платежей;

плата за выпуск и обслуживание электронного средства платежа при заключении и исполнении договора потребительского кредита (займа);

платежи в пользу третьих лиц, если обязанность заемщика по уплате таких платежей следует из условий договора потребительского кредита (займа), в котором определены такие третьи лица, и (или)

если выдача потребительского кредита (займа) поставлена в зависимость от заключения договора с третьим лицом;

сумма страховой премии по договору страхования в случае, если выгодоприобретателем по такому договору не является заемщик или лицо, признаваемое его близким родственником;

сумма страховой премии по договору добровольного страхования в случае, если в зависимости от заключения заемщиком договора добровольного страхования кредитором предлагаются разные условия договора потребительского кредита (займа), в том числе в части срока возврата потребительского кредита (займа) и (или) полной стоимости кредита (займа) в части процентной ставки и иных платежей.

В соответствии с пунктом 25 постановления Пленума ВАС РФ № 58 от 08.10.2012 года 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.).

В рекламе даны условия, влияющих на сумму расходов. Информация об указанных условиях формально присутствует в рекламе. Однако данные сведения выполнены мелким по сравнению с основным рекламным текстом шрифтом и транслируются короткое время, что делает невозможным их восприятие и вводит потребителя в заблуждение относительно условий по рекламируемому кредиту.

Несмотря на формальное наличие в рекламе сведений об иных условиях кредита, влияющих на сумму расходов, помимо крупно указанной в рекламе информации о процентной ставке кредита форма представления сведений такова, что они не воспринимаются потребителями и фактически в рекламе отсутствуют.

Информация об указанных условиях должна доводиться до потребителей рекламы наряду с другими условиями, так как она может существенно изменить стоимость кредита и повлиять на сумму

расходов заемщика по кредиту.

Отсутствие в рекламе информации об условиях кредитного договора, влияющих на полную стоимость кредита для заемщика, вводит в заблуждение относительно стоимости товара (кредитного договора), что является нарушением части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 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.

2. Согласно статьи 9 ФЗ «О рекламе» в рекламе, сообщающей о проведении конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее - стимулирующее мероприятие), должны быть указаны:

1) сроки проведения такого мероприятия;

2) источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

В рекламе условия о сроке проведения мероприятия; источнике информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения транслируются короткое время, что не позволяет их воспринять.

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.

Совокупность таких особенностей спорной рекламы, как

ограниченное время считывания информации, объем информации, размещенной в рекламе, размер шрифта, которым написаны существенные условия получения услуги, лишают возможности потребителя получить полный текст (информацию) рекламы.

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

Поскольку существенной является не только информация привлекательная для потребителей (написанная 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.

Таким образом, в нарушение требований приведенных выше норм законов указанные условия, являющиеся существенной информацией для потенциальных потребителей, в рекламе не указаны.

Данные обстоятельства указывают на то, что у потребителей рекламы затруднена возможность прочесть и воспринять всю информацию о рекламном продукте, а, следовательно, свидетельствуют о том, что, несмотря на формальное присутствие в рекламе сведений обо всех условиях оказания соответствующей услуги, фактически данные сведения в рекламе не воспринимаются, следовательно, приравниваются к их отсутствию.

Таким образом, реклама кредита «Азиатско – Тихоокеанский банк» (АО) противоречит части 7 статьи 5, статье 9, пункту 2 части 2, части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

В процессе рассмотрения дела представитель Банка не согласился с выявленным нарушением, указав, что в рекламе присутствуют все необходимые условия, информация выполнена крупным шрифтом, закон не устанавливает обязательных требований к форме рекламы.

Данный довод не принимается по вышеизложенным основаниям.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований статей 5, 9, 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 «Азиатско – Тихоокеанский банк» (АО).

Письмом от 21.12.2022 № КТ/115331/22 ФАС России наделило Хабаровское УФАС России полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в отношении ««Азиатско – Тихоокеанский банк» (АО) по факту размещения рекламы: «Кредит от 4,9%, розыгрыш».

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42 - 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

Признать ненадлежащей рекламу «АТБ, Азиатско – Тихоокеанский Банк. Кредит от 4,9%, розыгрыш», распространяемую «Азиатско – Тихоокеанский Банк» (АО) в региональных блоках на телеканалах Россия 1, НТВ, СТС, Пятый канал, Рен ТВ, Домашний, ТВ-3, Пятница, ТВЦ, Звезда, Мир в г. Хабаровске; Первый, НТВ, ТНТ, СТС, Пятый канал в г. Комсомольске - на –Амуре с 07 по 27 ноября 2022 года, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, статьи 9 , пункта 2 части 2, части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

2. Обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе «Азиатско – Тихоокеанский Банк» (АО) не выдавать в связи с окончанием срока распространения рекламы.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Хабаровского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частями 1, 6 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 27 января 2023 года.

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