

РЕШЕНИЕ

26 января 2011 года
г. Челябинск

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

председатель Комиссии:	Л.Н. Галичина – заместитель руководителя- начальник отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области;
члены Комиссии:	М.В. Бромберг – специалист-эксперт отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией; Е.Ю. Скобина - специалист-эксперт отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией; Ю.С. Долгова – специалист-эксперт отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией;

рассмотрев материалы дела № 73-2010, возбужденного в отношении ООО «Рекламно-консалтинговая группа «О2» с последующей заменой на Коммерческий Банк «ЛОКО-Банк» (ЗАО) (далее также — КБ «ЛОКО-Банк») по факту распространения рекламы кредитного продукта ЛОКО Банка «В десятку!», содержащей условия, влияющие на стоимость кредита для заемщика, при отсутствии иных условий, определяющих фактическую стоимость кредита, с признаками нарушения части 3 статьи 28 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе»,

УСТАНОВИЛА:

В городе Челябинске на пересечении проспекта имени Ленина и улицы Пушкина в октябре 2010 года с использованием рекламной конструкции (призматрона) размещалась реклама кредитного продукта ЛОКО Банка «В десятку!» с признаками нарушения законодательства РФ о рекламе.

Факт размещения данной рекламы подтверждается актом осмотра от 11 октября № 37 Челябинского УФАС России, письменными объяснениями представителя КБ «ЛОКО-Банк», договором возмездного оказания услуг от 15 декабря 2009 года № 98, заключенным между ООО «Рекламно-консалтинговая группа «О2» и КБ «ЛОКО-Банк» (ЗАО), а также приложением № 44 к нему.

Собственником рекламной конструкции (призматрона) является ООО РФ «Армада Аутдор» в соответствии с разрешением на установку рекламной конструкции от 7 июня 2008 года № 1261.

В рекламе присутствуют следующие сведения: «В десятку! Кредиты для бизнеса. 10 млн. Rub, % годовых, месяцев. ЛОКО БАНК. г. Челябинск, ул. Пушкина, д. 56. тел.: (351) 211-20-41, www.lockobank.ru». Таким образом, реклама содержит сведения об условиях, влияющих на стоимость кредита: размере процентной ставки (10%), максимальной сумме кредита (10 миллионов рублей) и максимальном сроке кредита (10 месяцев).

Внизу призматрона содержатся пять строчек, выполненные мелким шрифтом (далее - микротекст). Из содержания микротекста следует, что в нем указаны условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика, а именно: условия о минимальной сумме кредита (3 миллиона рублей), о минимальном сроке кредита (1 месяц), о наличии единовременной или ежемесячной комиссии, а также о наличии обязательного страхования залога в случае обеспечения кредита залогом.

Присутствующие в рекламе сведения о размере процентной ставки (10%), сумме (10 миллионов рублей) и сроке кредита (10 месяцев) доступны для восприятия невооруженным глазом с достаточно большого расстояния.

Сведения о минимальной сумме кредита (3 миллиона рублей), о минимальном сроке кредита (1 месяц), о наличии единовременной или ежемесячной комиссии и иные условия, содержащиеся в микротексте, являются нечитаемыми с расстояния более 2 метров по следующим основаниям.

Материалами дела установлено, что размер шрифта в метрических единицах составляет: фразы «кредиты для бизнеса», «млн. руб», «% годовых», «месяцев» - 13 см, цифра «10» - 75 см, микротекст, размещенный внизу призматрона, выполнен шрифтом размером 3 см.

Реклама кредитного продукта ЛОКО Банка «В десятку!» размещена на высоте 3,5 метра от поверхности земли, что свидетельствует об удаленности текста рекламы при восприятии её потребителем.

По характеру своего расположения рекламная конструкция направлена на привлечение внимания как пешеходов, так и водителей транспортных средств, осуществляющих движение по проспекту им. Ленина. При этом реклама демонстрируется на призматроне менее одной минуты (45 секунд), что также препятствует восприятию микротекста из проезжающего транспортного средства.

С учетом перечисленных особенностей размещения рекламы, восприятие информации, выполненной шрифтом 3 см в течение 45 секунд демонстрации рекламы, без специальных вспомогательных средств значительно затруднено.

Нечитаемость микротекста приравнивается к отсутствию в рекламе тех сведений об условиях, определяющих фактическую стоимость кредита, которые содержатся в микротексте.

В соответствии с частью 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» 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 все остальные условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее.

Отсутствие в рекламе кредитного продукта ЛОКО-Банка условий, определяющих фактическую стоимость кредита для заемщика (условия о минимальной сумме кредита и сроке кредита, о наличии дополнительных комиссий), при указании иных условий, влияющих на стоимость кредита (кредитная ставка, максимальная сумма и срок кредита), противоречит требованиям части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Из письменных и устных объяснений представителя КБ «ЛОКО-Банк» следует, что в рекламе кредитного продукта ЛОКО Банка, размещенной на призматроне по адресу: г. Челябинск, пр. Ленина — ул. Пушкина, указаны все существенные условия. Федеральный закон «О рекламе» не содержит обязательных норм и регламентов к размеру шрифта.

Информация, которую потребитель не сможет зрительно воспринять из-за шрифта, в обязательном порядке предоставляется и разъясняется банком клиенту при заключении с ним соответствующего договора. КБ «ЛОКО-Банк» не устанавливал продолжительность демонстрации рекламы на призматроне, поскольку данный временной промежуток (45 секунд) обусловлен особенностями рекламной конструкции (призматрона), на котором размещена реклама.

Комиссией не принят довод КБ «ЛОКО-Банк» о том, что размер шрифта законодательством о рекламе не регламентирован, поскольку присутствующая в рекламе информация должна быть доступна для прочтения в нормальных условиях. Реклама кредитного продукта ЛОКО Банка размещена способом, не позволяющим установить содержание всей рекламной информации обычным способом, что может ввести потребителей в заблуждение относительно рекламируемой финансовой услуги.

Довод представителя КБ «ЛОКО-Банк» о том, что банк не отвечает за способ распространения рекламы, обусловленный особенностями рекламной конструкции (призматрон с временным промежутком демонстрации рекламы в 45 секунд), не исключает ответственности КБ «ЛОКО-Банк» за нарушения части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», поскольку КБ «ЛОКО-Банк» обладало сведениями о размещении рекламы таким способом, а именно - на призматроне. В

материалах дела имеется приложение № 44 к договору возмездного оказания услуг № 98 от 15 декабря 2009 года, где указан тип рекламной конструкции - призматрон.

В силу части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» несет рекламоатель.

Согласно пункту 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламоатель – это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Дело № 73-2010 возбуждено Челябинским УФАС России в отношении ООО «Рекламно-консалтинговая группа «О2» на основании представленных владельцем рекламной конструкции документов.

Вместе с тем, после возбуждения дела ООО «Рекламно-консалтинговая группа «О2» был представлен договор возмездного оказания услуг № 98 от 15 декабря 2009 года, заключенный между ООО «Рекламно-консалтинговая группа «О2» и КБ «ЛОКО-Банк» (ЗАО), из которого следует, что лицом, определившим объект рекламирования, является Коммерческий Банк «ЛОКО-Банк», расположенный по адресу: г. Москва, ул. Госпитальная, д. 14.

Следовательно, рекламоателем рекламы кредитного продукта ЛОКО Банка является Коммерческий Банк «ЛОКО-Банк» (ЗАО), что также подтверждается согласованием уполномоченным представителем КБ «ЛОКО-Банк» макета рекламы с ООО «Рекламно-консалтинговая группа «О2».

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

Признать ненадлежащей рекламу кредитного продукта ЛОКО Банка, содержащую сведения об условиях, влияющих на стоимость кредита: размере процентной ставки, максимальной сумме и сроке кредита, а именно: «В десятку! Кредиты для бизнеса. 10 млн. Rub, % годовых, месяцев», и умалчивающую об остальных условиях, определяющих фактическую стоимость кредита для заемщика - о минимальной сумме и сроке кредита, наличии дополнительных комиссий, поскольку в ней нарушены требования части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать КБ «ЛОКО-Банк» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области для возбуждения дел об административных правонарушениях, предусмотренных статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 9 февраля 2011 года.

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

Председатель Комиссии Л.Н. Галичина

Члены Комиссии М.В. Бромберг

Е.Ю. Скобина

