

ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 54

о наложении штрафа по делу № 04-5/113

об административном правонарушении

07 декабря 2017 года

г. Хабаровск

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю, рассмотрев протокол об административном правонарушении от 30 ноября 2017 года и материалы дела № 04-5/113 об административном правонарушении, в отношении «Газпромбанк» (Акционерное общество) – далее «Газпромбанк (АО) (ИНН 7744001497, КПП 772801001, место регистрации: г. Москва, ул. Наметкина, 16, корп. 1) в связи с распространением наружной рекламы финансовых услуг.

Дело рассмотрено в присутствии представителя «Газпромбанк» (АО) – (по доверенностям).

УСТАНОВИЛ:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Хабаровским УФАС России 30 октября 2017 года отслежена наружная реклама (призматрон) Банка ГПБ (АО), распространяемая в г. Хабаровске на ул. Волочаевская - Амурский бульвар, следующего содержания:

- крупным шрифтом:

«Газпромбанк. Новый сезон Ваших доходов. Вклад «Золотая осень». 7,4 % ставка по вкладу.

Офис банка ГПБ (АО) ул. Тургенева, 46 . 8-800-100-07-01 gazprombank.ru».

- мелкий шрифт в правой части баннера (условия вклада) не читаем.

Срок распространения рекламы с 01 октября по 30 ноября 2017 года.

Кроме того, указанная реклама распространялась в г. Хабаровске по адресам:

ул. Ленина - пл. Блюхера;
пр. 60 лет Октября – ул. Юности;
Амурский бульвар, гост. Версаль;
ул. Большая – ул. Лазо;
ул. Большая - ул. Шелеста;
ул. Павла Морозова, 25;
ул. Серышева – ул. Станционная;
Уссурийский бульвар - ул. Постышева.

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

В рекламе указывается процентная ставка по вкладу, то есть, дано одно из условий 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 получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

К условиям, влияющим на сумму доходов, относятся: минимальная сумма вклада, срок размещения вклада, процентная ставка, возможность пополнения, минимальный размер дополнительного взноса, периодичность начисления процентов, наличие или отсутствие капитализации, изменение процентной ставки внутри срока договора, процентная ставка при досрочном востребовании вклада, периодичность выплаты процентов по вкладу, начисление процентов по вкладу в случае полного или частичного востребования вклада до истечения срока договора, иные условия, если их включение в договор может повлиять на сумму денежных средств, которую вкладчик должен получить по договору вклада.

Указанная информация должна доводиться до потребителей рекламы наряду с другими условиями, так как она может существенно повлиять на сумму доходов по договору.

В данной рекламе Банк ГПБ (АО) указывает такое условие договора, как процентная ставка по вкладу – 7,4 % годовых.

Указанная в рекламе процентная ставка 7,4% действует на период 121 день, вложении суммы от 100 000 рублей, без возможности пополнения.

В рекламе крупно указывается процентная ставка по вкладу.

Информация о других условиях предоставления финансовой услуги формально присутствует в рекламе. Однако данные сведения выполнены столь мелким по сравнению с основным рекламным текстом шрифтом, что делает невозможным их восприятие и вводит потребителя в заблуждение относительно условий по рекламируемому кредиту. Для пассажиров и водителей движущегося транспорта время считывания рекламной информации ограничено и, следовательно, информация об условиях вклада, также недоступна для восприятия.

Учитывая изложенное, несмотря на формальное наличие в рекламе сведений об иных условиях вклада, влияющих на сумму доходов, помимо крупно указанной в рекламе информации о процентной ставке, форма представления сведений такова, что они не воспринимаются потребителями и фактически в рекламе отсутствуют.

Отсутствие в рекламе информации об условиях договора вклада, вводит в заблуждение относительно стоимости товара, 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.

Статьей 3 ФЗ «О рекламе» установлено, что 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 спорной 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.

Учитывая, что рекламные щиты расположены в оживленных местах, на пересечении городских улиц, размещенная на них информация должна быть краткой. Это обусловлено тем, что большинство людей, на которых рассчитана информация находятся в движении (водители, пешеходы) и имеют лишь секунды для ее восприятия. Кроме того, щиты расположены на высоте более 3 метров (нижний край), что требует подъема головы. Поэтому для безопасности потребителей информация должна схватываться практически мгновенно. Таким критериям соответствуют только процентные ставки.

Читабельность же основного информационного блока, расположенного в нижней части рекламы, представляется крайне затруднительной.

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.

При рассмотрении дела об административном правонарушении представитель Банка не согласилась с выявленным нарушением, указав, что в связи с тем, что Ставропольским УФАС России возбуждено производство по аналогичному делу и протокол об административном правонарушении составлен ранее (24 ноября 2017 года), чем Хабаровским УФАС России (30 ноября 2017 года), то необходимо применить пункт 7 части 1 статьи 24.5. КоАП РФ, согласно которому производство по делу об административном правонарушении не может быть начато, а начатое производство подлежит прекращению при наличии по одному и тому же факту совершения противоправных действий (бездействия) лицом, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, постановления о назначении административного наказания, либо постановления о прекращении производства по делу об административном правонарушении, предусмотренной той же статьей или той же частью статьи настоящего Кодекса или закона субъекта Российской Федерации, либо постановления о возбуждении уголовного дела.

Данный довод не принимается по следующим основаниям.

На 07 декабря 2017 года Ставропольским УФАС России постановление о назначении административного наказания, либо постановление о прекращении производства по делу об административном правонарушении не вынесено, в связи с чем, Хабаровским УФАС России правомерно рассматривать дело об административном правонарушении.

Довод Банка о читаемости рекламы не принимается по вышеизложенным основаниям.

Таким образом, реклама вклада Банка ГПБ (АО) противоречит части 7 статьи 5, пункту 2 части 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований статей 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 «Газпромбанк» (АО).

Частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях за нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе установлена административная ответственность.

При назначении административного наказания «Газпромбанк» (АО) учитывается, что в соответствии с пунктом 2 части 1 статьи 4.3. КоАП РФ повторное совершение однородного административного правонарушения, если за совершение первого административного правонарушения лицо уже подвергалось административному наказанию, по которому не истек срок, предусмотренный статьей 4.6. КоАП РФ является обстоятельством, отягчающим административную ответственность.

Постановлением № 30 от 06.07.2017 года по делу № 04-5/57 «Газпром-банк» (АО) подвергалось административному штрафу в размере 300 000 рублей за ненадлежащую рекламу финансовых услуг (реклама Ипотеки 11%). Постановление вступило в законную силу, штраф оплачен.

Постановлением № 40 от 29.08.2017 года по делу № 04-5/74 «Газпромбанк» (АО) подвергалось административному штрафу в размере 300 000 рублей за ненадлежащую рекламу финансовых услуг (реклама ипотеки 10,25%). Постановление вступило в законную силу, штраф оплачен.

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 «Газпромбанк» (АО) виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3. КоАП РФ.

2. Применить к «Газпромбанк» (АО) меру ответственности в виде административного штрафа за ненадлежащую рекламу в размере 400 000 (четыреста 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, отделение Хабаровск г. Хабаровска, БИК 040813001, ИНН 2721023142, КПП 272101001, код 161 11626000016000140, ОКАТО 08701000.

В трехдневный срок со дня уплаты штрафа надлежит представить в Хабаровское УФАС России надлежащим образом заверенные копии платежных документов.

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.