

ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 31

о наложении штрафа по делу № 4-05/35

об административном правонарушении

Управление Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю, рассмотрев протокол об административном правонарушении и материалы дела № 4-05/35 об административном правонарушении в отношении ОАО «Промсвязьбанк», в связи с распространением ненадлежащей рекламы финансовых услуг, в присутствии представителя ОАО «Промсвязьбанк»

УСТАНОВИЛ:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Хабаровским УФАС России 06 марта 2012 года отслежена наружная реклама ОАО «Промсвязьбанк», распространяемая в г. Хабаровске на пересечении улиц Ленина, 22 – Запарина (литер А), следующего содержания:

- крупным шрифтом:

«Промсвязьбанк. Забирайте 8,7% в день открытия вклада. Вклад «Проценты сегодня» (4212) 41-70-70 8 800 555 20 20 www.psbank.ru».

- мелким шрифтом (4 см):

«Ставка 8,7% годовых при открытии вклада «Проценты сегодня» в Интернет – банке PSB-Retail на срок 731 день и сумму от 1 000 000 руб. Подробная информация об условиях вклада размещена на сайте www.psbank.ru».

Срок распространения рекламы с 01 по 31 марта 2012 года.

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

ул. Ким – Ю - Чена – ул. Толстого;

ул. Серышева – ул. Волочаевская (магазин «Домино»);

ул. Калинина, 86.

Реклама ориентирована на неопределенный круг лиц и целенаправленно направлена на мотивацию потребителя рекламы не только на выбор услуги, а главное на условия выгодного накопления денежных средств путем депозитного вклада. Реклама побуждает совершить определенные действия в отношении объекта рекламирования, а именно вступить в конкретные правоотношения с банком по заключению договора вклада на определенных рекламой условиях (воспринимаемая информация) - «8,7% годовых».

Создавая привлекательные условия возможности по заключению договоров, реклама стимулирует население для обращения в кредитную организацию для заключения договора банковского вклада.

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.

В данной рекламе ОАО «Промсвязьбанк» указывает такое условие договора, как процентная ставка по вкладу – 8,7 % годовых.

Данную процентную ставку можно получить при открытии вклада «Проценты сегодня» в Интернет – банке PSB-Retail, при вложении 1 000 000 рублей, при сроке хранения 731 день.

Вместе с тем, при открытии вклада в офисе банка процентная ставка составляет 8,4% годовых в рублях. Кроме того, вклад непополняемый, пролонгируемый, расходные операции по вкладу не предусмотрены.

В содержании рекламы вклада «Проценты сегодня», распространяемой на средства наружной рекламы, содержится указание на часть условий договора по вкладу.

Необходимая информация нанесена на баннеры наружной рекламы мелким шрифтом, что не позволяет потребителю рекламы ознакомиться и воспринять информацию о сумме, валюте, срок вклада и это вводит потребителя в заблуждение, что при пользовании обозначенной услугой возможно вложение любой валюты и суммы, на любой срок под ставку 8,7%.

Реклама не позволяет определить о какой именно валюте вклада идет речь, так как, указание в ней только одного условия – максимальной возможной процентной ставки без указания валюты вклада, является неполной информацией по условиям, влияющим на окончательную сумму доходов, которую рассчитывает получить вкладчик при заключении договора по любому виду вклада.

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 вводится в заблуждение потребители рекламы.

Информация о существенных условиях вклада 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.

Наружная реклама направлена на импульсивное восприятие информации потребителями (относительно быстрое и четкое восприятие предлагаемой информации, а также её понимание и уяснение без совершения действий, направленных на специальное, длительное сосредоточение внимания для получения описанного эффекта), так как предназначена для различного круга потребителей (пешеходы, идущие по тротуару, находящемуся рядом с рекламной конструкцией; пешеходы, идущие по тротуару на противоположной стороне дороги; а также водители транспортных средств и их пассажиры, которые ограничены во времени считывания рекламной информации).

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 вклада «Проценты сегодня».

Использованный Банком 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: максимальная процентная ставка по вкладу – 8,7%. Иные условия, необходимые потребителю для принятия осознанного решения по оформлению вклада в Банке, напечатаны мелким шрифтом (голубой цвет на синем фоне), который не воспринимается человеческим глазом, следовательно, прочесть и, тем более, уяснить указанные условия не представляется возможным.

Учитывая изложенное, несмотря на формальное наличие в рекламе существенной информации о части условий договора банковского вклада, 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 3м на 6 м, 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 вклада,

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.

Вся существенная информация, отраженная в рекламе, которая распространяется с помощью рекламных конструкций 3х6 кв.м., необходимая для принятия осознанного решения должна восприниматься потребителями с одинакового расстояния, т.е. потребители должны иметь возможность прочитать всю информацию в рекламе как максимально приблизившись к рекламной конструкции, так и на расстоянии от неё. Также следует уточнить, что исходя из принципов разумности и очевидности максимальное приближение к рекламной конструкции не является основным способом доведения до потребителей указанной в рекламе информации, так как в большинстве случаев в рекламе, выполненной данным способом, присутствует информация, которая уясняется потребителями с дальнего расстояния от конструкции и в то же самое время часть информации, выполненной мелким шрифтом хотя и присутствует, однако, остается завуалированной 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 отсутствует наименование юридического лица, предоставляющего банковскую услугу.

Таким образом, наружная реклама вклада ОАО «Промсвязьбанк», противоречит части 7 статьи 5, части 1, пункту 2 части 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

В процессе рассмотрения дела представитель Банка согласился с выявленным нарушением.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований статьи 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 «Промсвязьбанк». Данный факт подтверждается письмом ООО «Иммедиа Холдинг» от 13.03.2012 года № 334-ИХ.

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

При назначении административного наказания ОАО «Промсвязьбанк» учитывалось, 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 № 69 от 15.06.2011 года по делу № 4-05/70 ОАО «Промсвязьбанк» подвергалось административному штрафу в размере 100 000 рублей за ненадлежащую рекламу финансовых услуг, распространяемую на телеканале «Первое краевое телевидение» с 01 по 30 апреля 2011 года.

Руководствуясь статьей 33 Федерального закона «О рекламе», частью 1 статьи 14.3, статьями 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

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

2. Применить к ОАО «Промсвязьбанк» меру ответственности в виде административного штрафа за ненадлежащую рекламу в размере 200 000 (двести 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 11626000010000140, 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.