

РЕШЕНИЕ

по делу № 027/05/28-533/2024

25 апреля 2024 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 № 027/05/28-533/2024 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, пункта 2 части 2 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 Хабаровским УФАС России 15 марта 2024 года отслежена реклама (хронометраж 20 секунд) «Азиатско –Тихоокеанский Банк» (АО), распространяемая на телевизионном канале «Домашний» (в региональных блоках), в которой содержалась:

- звуковая информация:

« - Представь себе, что ты раз и в отпуск поехал. Теперь представь, что ремонт затеял. Представь, что машину, наконец, купил. Что бы ты из этого выбрал?

- Кредит АТБ выбрал до 5 миллионов рублей.

Кредит в Азиатско –Тихоокеанском Банке.

-Ой, суммопомрачительно!».

- визуальная информация:

Первый дисклеймер внизу экрана с 1 по 6 секунды:

«Азиатско –Тихоокеанский Банк» (АО).

Потребительский кредит «Кредит наличными» (по выбору заемщика с опцией «Рефинансирование»). Заемщик (гражданин РФ 21-70 лет), проживание и регистрации на территории, обслужив. Банка, офиц. место работы, стаж на последнем месте не менее 3 мес. Сумма кредита 30тыс. -5 млн. Срок кредита 13-84 мес.».

Второй дисклеймер внизу экрана с 7 по 14 секунды:

« Азиатско –Тихоокеанский Банк» (АО).

Полная стоимость кредита: 13, 860%- 47, 722% годовых. Диапазон процентной ставки 13, 9%-34, 9% годовых (при личном страховании, выбор страховщика - на усмотрение заемщика), 21, 9%-42, 9% (без страхования). Решение по кредиту по паспорту: кредит до 100 тыс. руб./зар.плата Заемщика»

Третий дисклеймер внизу экрана с 15 по 19 секунды:

«Азиатско –Тихоокеанский Банк» (АО).

на карту Банка/доход подтвержден выпиской СФР, запрошенной Банком, в иных случаях документ, подтверждающий доход. Общие условия кредитования, требования к заемщикам и документа на сайте atb.su или по телефону 8 800 775 88 88. Условия на 15.01.2023. Универсальная лиц. ЦБ РФ №1810 от 02.12.2020. Не является офертой».

Крупным шрифтом с 15 по 20 секунды:

«Кредит до 5 000 000 руб. Суммопомрачительно!».

Реклама распространялась в региональных блоках на телеканалах: Первый развлекательный СТС, Петербург -5 канал, Домашний, ТВ-3, Пятница, ТВЦ с 11.03-31.03.2024.

Реклама ориентирована на неопределенный круг лиц, направлена на мотивацию потребителя рекламы на выбор финансовой услуги,

побуждает совершить определенные действия в отношении объекта рекламирования, а именно: вступить в конкретные правоотношения с банком на определенных рекламой условиях.

В рекламе крупно указывается и озвучивается максимальная сумма кредита, 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 расходы лица, заключившего договор на предоставление финансовой услуги, включается:

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

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

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

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

Согласно частям 3, 4 статьи 6 ФЗ «О потребительском кредите (займе)» при определении полной стоимости потребительского кредита (займа) все платежи, предшествующие дате перечисления денежных средств заемщику, включаются в состав платежей, осуществляемых заемщиком на дату начального денежного потока (платежа)

В расчет полной стоимости потребительского кредита (займа) включаются, следующие платежи заемщика:

1) по погашению основной суммы долга по договору потребительского кредита (займа);

2) по уплате процентов по договору потребительского кредита (займа);

3) по оплате услуг (работ, товаров), в том числе по договору страхования, а также иным основаниям в пользу кредитора и (или) третьих лиц, если совершение заемщиком таких платежей, и (или) заключение (изменение) договора, предусматривающего уплату таких платежей, и (или) выражение заемщиком согласия на заключение (изменение) такого договора являются фактическими условиями предоставления потребительского кредита (займа) и (или) фактически влияют на условия договора потребительского кредита (займа), за исключением фактического влияния на условие о сумме потребительского кредита (займа) (лимите кредитования).

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.).

При этом в рекламах даны условия, влияющие на сумму расходов, условия получения кредита. Информация об указанных условиях формально присутствует в рекламе. Однако данные сведения транслируются короткое время, что не позволяет потребителю воспринять информацию.

Информация должна доводиться до потребителей рекламы наряду с другими условиями, так как она может существенно повлиять на их сумму расходов.

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 об условиях оказания соответствующей услуги, фактически данные сведения в рекламе не воспринимаются, следовательно, приравниваются к их отсутствию.

Кроме того, форма подачи информации в рекламе трудна для восприятия, так как: визуальная информация сопровождается звуковой информацией, что затрудняет восприятие визуальной текстовой информации в нижней части экрана, которая написана мелким шрифтом и транслируется короткое время.

Учитывая изложенное, несмотря на формальное наличие в рекламе сведений об иных условиях финансовой услуги, влияющих на сумму расходов, помимо крупно указанной в рекламе информации, форма представления сведений такова, что они не воспринимаются потребителями и фактически в рекламе отсутствуют.

Отсутствие в рекламе информации об условиях финансового договора, влияющих на полную стоимость услуги, 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 вводится в заблуждение потребители рекламы.

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.

Читабельность же информационных блоков, расположенных внизу экрана, представляется крайне затруднительной.

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.

В нарушение требований приведенных выше норм закона указанные условия, являющиеся существенной информацией для потенциальных потребителей, в рекламе не указаны.

Такие требования установлены с целью, чтобы потребители рекламы четко понимали, какие последствия для них имеют финансовые обязательства по кредиту. Только осведомленность потребителя обо всех условиях, влияющих на расходы при пользовании услугами кредита, позволяет ему сделать осознанный выбор. Напротив, недосказанность и сокрытие важной информации вводят в заблуждение потребителей и лишают их в итоге возможности принять правильное для себя решение.

Вместе с тем, сообщаемая в рекламе услуг по предоставлению кредита информация, включая обязательные к указанию сведения, должна быть доступна для потребителей при ознакомлении с рекламой

без специальных усилий и применения специальных средств.

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

Таким образом, реклама кредита, распространявшаяся на телеканалах, противоречит части 7 статьи 5, пункту 2 части 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

В процессе рассмотрения дела представитель Банка не согласился с выявленным нарушением, указав, что в рекламе присутствуют все необходимые условия, которые читаются.

Данный довод не принимается по вышеизложенным основаниям.

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 «Азиатско – Тихоокеанский банк» (АО).

Письмом от 08.04.2024 № КТ/29444/24 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 до 5000 000рублей».

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 «Кредит до 5 000 000 руб. Суммопомрачительно!», распространяемую «Азиатско – Тихоокеанский Банк» (АО) в региональных блоках на телеканалах: Первый развлекательный СТС, Петербург -5 канал, Домашний, ТВ-3, Пятница, ТВЦ с 11.03-31.03.2024, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 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 Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 25 апреля 2024 года.

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

Председатель Комиссии

Члены Комиссии:

