

ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 40

о наложении штрафа по делу № 04-5/74

об административном правонарушении

29 августа 2017 года

г. Хабаровск

Врио руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю, рассмотрев протокол об административном правонарушении от 31 июля 2017 года и материалы дела № 04-5/74 об административном правонарушении, в отношении «Газпромбанк» (Акционерное общество) – далее «Газпромбанк (АО) (место осуществления деятельности: г. Москва, ул. Наметкина, 16, корп. 1) в связи с распространением наружной рекламы финансовых услуг.

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

УСТАНОВИЛ:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Хабаровским УФАС России 27 июня 2017 года отслежена наружная реклама Банка ГПБ (АО), распространяемая в г. Хабаровске на ул. Пионерская, д. 42, ул. Краснореченская (Институт культуры), следующего содержания:

- крупным шрифтом:

«Газпромбанк. Самое время для важного шага. 10, 25%. Мы снизили ставку по ипотеке. Ипотека по акции. 8 0800-100-07-01 gazprombank.ru. *0701 для абонентов МТС, Билайн, Мегафон. Офис банка ГПБ (АО) в г. Хабаровске ул. Тургенева, 46, ул. Истомина, 51а, 8 (4212) 41-69-6141-18-40».

- мелкий шрифт в правой части баннера (условия кредита) нечитаем.

Срок распространения рекламы с 01 по 30 июня 2017 года.

Кроме того, реклама размещалась по следующим адресам в г. Хабаровске: Восточное шоссе, 22; Матвеевское шоссе, 24; ул. Тихоокеанская (элит. жил. комплекс «Казачья гора»).

Реклама ориентирована на неопределенный круг лиц, направлена на мотивацию по-ребителя рекламы на выбор услуги и на заключение кредитного договора 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 кредита на определенных рекламой условиях.

В рекламе указывается процентная ставка по кредиту, то есть, дано одно из условий 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 со-ответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся ус-лугами 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, включа-ется:

оплата стоимости кредита (процент за пользование кредитом, платежи за открытие счета, ежемесячные фиксированные платежи за обслуживание счета, платежи, связанные с получе-нием суммы кредита наличными, и другие платежи, обусловленные выдачей кредита и про-цессом его возврата);

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

иные расходы, возникающие у заемщика в процессе исполнения кредитного договора (необ-ходимость 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.

Пунктом 25 постановления Пленума ВАС РФ № 58 от 08.10.2012 года определено, что 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 крупно указывается процентная ставка по ипотеке.

Данную процентную ставку можно получить: при приобретении квартиры в

строящемся доме, оформлении договора страхования риска смерти заемщика или утраты заемщиком трудоспособности, минимальной сумме кредита 500 000 рублей, но не менее 15% от стоимости недвижимости, максимальной сумме кредита 45 млн. рублей, сроке кредита до 25 лет.

Информация об 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 кредита, также недоступна для восприятия.

Учитывая изложенное, 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.

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 вносятся 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.

Таким образом, наружная реклама кредита «Газпромбанк» (АО) противоречит части 7 статьи 5, пункту 2 части 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

В процессе рассмотрения дела представитель «Газпромбанк» (АО) не согласилась с выявленным нарушением, пояснив, что все необходимые условия присутствуют в рекламе.

Данный довод не принимается по вышеуказанным 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 «Газпромбанк» (АО). Данный факт подтверждается агентским договором № 66-17 от 05.05.2017 года, заключенным между ООО «АДТ Групп» и «Газпромбанк» (АО).

Частью 6 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях за нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе установлена административная ответственность.

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 6 статьи 14.3. КоАП РФ.
2. Применить к «Газпромбанк» (АО) меру ответственности в виде административного штрафа за ненадлежащую рекламу в размере 300 000 (триста 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 шестидесяти 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 11626000016000140, ОКATO 08401000000.

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.