

РЕШЕНИЕ

по делу № 06-10.1/65-2012

20 ноября 2012 года

г. Омск

Комиссия Омского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель Комиссии – Шмакова Т.П., заместитель руководителя Омского УФАС России,

члены Комиссии:

Морозов А.А. – начальник отдела рекламы;

Веретельник М.С. - главный специалист-эксперт отдела рекламы;

Невойт Е.А. – специалист-эксперт отдела рекламы;

Ланшаков С.М. – специалист 1 разряда отдела рекламы,

рассмотрев дело № 06-10.1/65-2012 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту проверки в г.Омске наружной рекламы Открытого акционерного общества «Плюс Банк» (далее - Общество, Банк, ОАО «Плюс Банк») на рекламном щите (№ 15С Компаньон, призматрон), расположенном на пересечении ул. Красный путь - 7-я Северная и на рекламном щите (№ 5К Компаньон), расположенном при съезде с Ленинградского моста на ул. Енисейская в г. Омске рекламы: «Вклад 12%*+1% в подарок **. Дюжина с Плюсом! ОАО «Плюс Банк». 372-372. 8-800-200-23-72. www.plus-bank.ru», содержащей признаки нарушения части 7 статьи 5 и пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон, Федеральный закон «О рекламе»),

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – Открытого акционерного общества «Плюс Банк» (место нахождения: 644024, г. Омск, Газетный переулок, дом 6), в лице представителя <.....> (доверенность от 13.11.2012 № 435/04-2012),

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением

законодательства Российской Федерации о рекламе, специалистами отдела рекламы Омского УФАС России 08 и 09 октября 2012 года выявлены факты распространения на рекламном щите (№ 15С Компаньон, призматрон), расположенном на пересечении ул. Красный путь - 7-я Северная с направлением на проезжую часть, и на рекламном щите (№ 5К Компаньон), расположенном при съезде с Ленинградского моста на ул. Енисейская в г. Омске наружной рекламы: «Вклад 12 %* + 1 % в подарок **. Дюжина с Плюсом! ОАО «Плюс Банк». 372-372. 8-800-200-23-72. www.plus-bank.ru». Указанная привлекательная информация изложена крупным, легко читаемым шрифтом и доступна для восприятия, как с ближайшей полосы движения (в ограниченном режиме), так и со стороны встречных (перекрестных) полос движения автодорог.

Кроме того, в нижней части рекламного изображения ОАО «Плюс Банк», под знаками «звездочка» мелким шрифтом указано:

«Вклад «Дюжина с Плюсом»: валюта - рубли; срок 730 дней, минимальная сумма – 5000 рублей. Процентная ставка: до 365-го дня – 11 % годовых, с 366 по 730 - 12% годовых. Ежемесячная, начиная со второго месяца, выплата % на отдельный счет. При досрочном полном или частичном востребовании суммы вклада проценты начисляются по ставке 6 % годовых на востребованную и оставшуюся во вкладе сумму. Дополнительные взносы допускаются в течение первого года, минимальное пополнение -1000».

**12 % годовых: ставка в период с 366 по 730 день, при условии, что вклад не будет востребован досрочно полностью или в части в течение всего срока вклада.*

*** Сроки проведения Акции «+1 %» в подарок» - с 03.09.2012 по 28.02.2013. Подарок является денежной суммой, рассчитываемой в соответствии с условиями проведения Акции, и не увеличивает размер процентной ставки по вкладу. Информация об организаторе подарочной Акции, о местах, правилах ее проведения, количестве подарков, сроках, месте и порядке их получения на сайте www.plus-bank.ru и по тел.:8-800-2002-312».*

По определению статьи 3 Федерального закона «О рекламе», реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижению на рынке

Пунктом 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» предусмотрено, что реклама банковских услуг не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму: доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которые понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается, хотя бы одно из этих условий.

Согласно части 7 статьи 5 Федерального закона «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.

Омское УФАС России считает, что информация, размещенная под знаком «звездочка» в нижней части рекламных изображений, размещенных на рекламных конструкциях на пересечении ул. Красный путь - 7-я Северная и при съезде с Ленинградского моста на ул. Енисейская в г. Омске, изложенная мелким, нечитаемым шрифтом, является нераспознаваемой без специальных приспособлений. Подобное изложение информации Банка искажает общий смысл информации, вводит в заблуждение потребителя рекламы и нарушает требования части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закон «О рекламе».

Из информации, представленной рекламодателем - ИП <.....> от 17.10.2012 № 52, следует, что рекламодателем вышеуказанной информации является ОАО «Плюс Банк» (договор на распространение рекламы от 10.02.2012 № 59, приложение № 1 к договору № 59 от 10.02.2012, платежное поручение № 7 от 09.10.2012, № 10 07.09.2012).

В пояснениях ОАО «Плюс Банк» от 15.11.12 № 04-12/14320 указано «Федеральный закон «О рекламе» не содержит положений, согласно которым текст на рекламных конструкциях должен быть выполнен шрифтом одинакового размера.

Указанный федеральный закон также не содержит указания о том, что читаемость всех частей текста на рекламной конструкции должна обеспечиваться на любом расстоянии от рекламной конструкции.

При размещении рекламной конструкции необходимо лишь обеспечить читаемость текста рекламного сообщения с точки обзора, доступной потребителю рекламы и не создающей потребителю неудобств.

Цель рекламирования банковских вкладов заключается не в импульсном восприятии информации (быстром и четком осознании предлагаемой информации, ее понимания, уяснения без длительного сосредоточения внимания), а в формировании первичного интереса и побуждении потребителя обратиться в соответствующую кредитную организацию за подробной информацией. Данный вывод подтверждается постановлением ФАС Западно - Сибирского округа от 20 ноября 2007 №Ф04-8000/2007, в котором указано, что реклама не может и не должна содержать весь объем информации, которых может быть предоставлен клиенту банка по конкретной услуге. В предоставленных макетах изложения условий вклада отвечают требованиям ст. 28 ФЗ «О рекламе».

Омское УФАС России не может согласиться с указанными доводами Общества, по следующим основаниям:

В соответствии с общими требованиями [статьи 5](#) Федерального Закона «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной, в т.ч. не допускается реклама, которая способна ввести в заблуждение потребителя рекламы.

При этом, рекламодатель и рекламодатель свободны в выборе мест и способов распространения рекламной информации и должны выбирать такие способы распространения рекламы, которые исключают введение в заблуждение (обман) потребителя рекламы.

1) Общество поясняет, что «рекламный щит, расположенный согласно приложению № 1 по адресу Красный путь – ул. 7-я Северная, установлен на пешеходном тротуаре. Таким образом, для потребителя обеспечена возможность подойти на доступное расстояние и полностью ознакомиться с содержанием рекламного материала»

Омское УФАС России не может согласиться с данным доводом, т.к. рекламная конструкция № 15С Компаньон (призматрон), установлена на пересечении ул. Красный путь - 7-я Северная, непосредственно у автомобильной дороги, направлена на проезжую часть по направлению к остановке общественного транспорта «Водники». Наружная реклама финансовой услуги Банка, помимо пешеходов, ориентирована в т.ч. на лиц, перемещающихся на автотранспорте по улицам Красный путь и 7-я Северная. При этом, интенсивное дорожное движение, размер шрифта, которым написаны существенные условия размещения вклада «12 %* + 1 % в подарок **», а также ограниченное время доступности информации (время экспозиции одной грани рекламного изображения на призматроне составляет 10 секунд) не позволяет потребителю рекламы ознакомиться со всей существенной информацией о рекламируемом Банком товаре.

2) Общество поясняет, что «рекламный щит, расположенный согласно приложению № 1 по адресу Ленинградский мост-пост ГАИ - ул. Енисейская, расположен возле проезжей части, возле него имеется место для парковки автомобиля, что так же обеспечивает потребителю возможность подробно ознакомиться с указанными в рекламном материале условиями».

Омское УФАС России не может согласиться и с данным доводом, т.к. рекламная конструкция (№ 5К Компаньон 3x12м.), установленная на пересечении Ленинградский мост - ул. Енисейская (согласно паспорта рекламного места № 1175-99рм - Ленинградский мост – поворот на 70 лет Октября), находится при съезде с моста по правую сторону от направления движения и направлена на встречную полосу движения автотранспорта. При этом, интенсивность дорожного движения при проезде с Ленинградского моста на ул. Енисейская (повороте на ул. 70 лет Октября) не позволяет водителям, пассажирам общественного транспорта (потребителям рекламы) сконцентрировать свое внимание на информации, изложенной мелким, нечитаемым шрифтом в нижней части рекламного изображения.

При этом, Банком при распространении рекламы подобным способом не учтено и то обстоятельство, что неуказание законодателем в Федеральном законе «О рекламе» размера шрифта не свидетельствует о том, что он может быть любым. Основным условием размещения рекламы является предоставление добросовестной и достоверной информации, доступной при восприятии и не вводящей в заблуждение потребителей рекламы.

Формальное присутствие в рекламе иных условий вклада «12 % + 1 % в подарок», влияющих на доходы и расходы лиц, напечатанных мелким, нечитаемым шрифтом, не позволяет потребителю воспринимать данные сведения и не может рассматриваться как их наличие, поскольку может ввести потребителей рекламы в заблуждение относительно ряда условий (например, сроках вклада, реальной процентной ставки, возможности и условия досрочного расторжения договора вклада и т.п.).

Пунктом 28 Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», установлено, что «если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и т.п.), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования. При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями».

Таким образом, исследовав материалы дела, заслушав доводы представителя Банка, Омское УФАС России пришло к выводу о том, что реклама Банка, размещенная подобным способом (размещенная на рекламных конструкциях вдоль автомобильных дорог), и в подобном виде (с изложением существенной информации о рекламируемой услуге мелким, трудным для восприятия потребителем шрифтом) не позволяет потребителям рекламы в полной мере ознакомиться с условиями финансовой услуги, осознано принять решение о совершении действий, предваряющих заключение договора банковского вклада (например, идти или не идти в банк, вносить средства во вклад или продолжать их хранить дома и т.п.).

Соответственно, изложение рекламной информации Банка об условиях вклада «12 % + 1 % в подарок» подобным образом нарушает требования пункта части 7 статьи 5, пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе, выраженное в недоведении до потребителя существенной информации об условиях вклада, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которые понесут воспользовавшиеся услугами лица, в связи с чем, потребители вводятся в заблуждение в отношении условий предлагаемой финансовой услуги.

По определению (пункт 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В силу части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частями 2-8 статьи 5 и статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Руководствуясь пунктом 2 части 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:

1. Признать ненадлежащей рекламу ОАО «Плюс Банк» «Вклад 12 %* + 1 % в подарок ** . Дюжина с Плюсом! ОАО «Плюс Банк»...», нарушающей требования части 7 статьи 5 и пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», поскольку

в ней фактически отсутствует часть существенной информации об условиях вклада, что искажает содержание рекламы и вводит потребителей в заблуждение.

2. Выдать ОАО «Плюс Банк» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Омского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ОАО «Плюс Банк».