

ОАО «Сбербанк России»

117997, г. Москва, ул. Вавилова, 1

Красноярский филиал
ОАО «Сбербанк России»

660028, г. Красноярск, пр. Свободный, д. 46

ПРЕДПИСАНИЕ О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

«20» августа 2014 года
Красноярск

г.

Комиссия Красноярского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: Председатель Комиссии – заместитель руководителя управления - Харченко О.П., члены Комиссии: Крицкая Ю.Н. – старший государственный инспектор, Романова О.А. – государственный инспектор, рассмотрев дело № 196 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения открытым акционерным обществом «Сбербанк России» (117997, г. Москва, ул. Вавилова, 1) (далее – ОАО «Сбербанк России») и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального Закона №38-ФЗ «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ОАО «Сбербанк России» в течение 10 дней с момента получения настоящего предписания осуществить действия, направленные на прекращение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в части нарушения требований части 7 статьи 5 и части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

2. ОАО «Сбербанк России» представить в течение 5 дней с момента исполнения пункта 1 настоящего предписания в Красноярское УФАС России доказательства прекращения нарушения законодательства о рекламе Российской Федерации.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Красноярское УФАС России вправе в соответствии с пунктом 2 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от пяти тысяч до десяти тысяч рублей; на юридических лиц – от двухсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

О.П. Харченко

Председатель Комиссии

Ю.Н. Крицкая

Члены Комиссии

О.А. Романова

Романова Олеся Александровна

(391) 211-18-30

ОАО «Сбербанк России»

117997, г. Москва, ул. Вавилова, 1
<...>

Красноярский филиал
ОАО «Сбербанк России»

660028, г. Красноярск, пр. Свободный, д. 46

РЕШЕНИЕ № 196

«20» августа 2014 года

г. Красноярск

Резолютивная часть решения оглашена 19.08.2014

В полном объеме решение изготовлено 20.08.2014

Комиссия Красноярского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: Председатель Комиссии – заместитель руководителя управления - Харченко О.П., члены Комиссии: Крицкая Ю.Н. – старший государственный инспектор, Романова О.А. – государственный инспектор, рассмотрев дело № 196 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения открытым акционерным обществом «Сбербанк России» (117997, г. Москва, ул. Вавилова, 1) (далее – ОАО «Сбербанк России») рекламы, содержащей признаки нарушения

части 7 статьи 5 и части 3 статьи 28 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ (далее – Федеральный закон «О рекламе»),

в присутствии представителя ОАО «Сбербанк России» по доверенности от 26.04.2013 <...>,

УСТАНОВИЛА:

В адрес Красноярского УФАС России поступило заявление физического лица (вх. № 10483 от 03.06.2014) по факту распространения наружной рекламы следующего содержания: «СБЕРБАНК...ОТДЫХАЙТЕ ЛЕТОМ с кредитом со ставкой от 14,5%...потребительский кредит...8 800 555 55 50...www.sberbank.ru...» (далее – Реклама). В нижней части Рекламы содержится информация, которая изображена значительно более мелким шрифтом.

В соответствии со статьей 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 продвижение на рынке.

Рассматриваемая информация адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к финансовым услугам, указанным в Рекламе ОАО «Сбербанк России».

Согласно части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита, пользованием им и погашением кредита, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее.

В силу 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.

В рассматриваемой Рекламе крупным шрифтом сообщаются только одно условие оказания финансовой услуги (процентная ставка по кредиту в размере от 14,5%), в то время как остальные условия оказания финансовой услуги представлены значительно более мелким шрифтом в нижней части рассматриваемой Рекламы. Таким образом, потребители рекламы не имеют возможности ознакомиться с указанными сведениями обычным образом без использования специальных средств и в течение времени, в которое возможно восприятие данной информации. Следовательно, условия, влияющие на сумму расходов, которые понесут воспользовавшиеся услугами лица, изображены таким способом, что данная информация оказывается нечитабельной и не воспринимается потребителями Рекламы. В результате чего, Реклама вводит потребителей в заблуждение относительно условий финансовой услуги, предлагаемой ОАО «Сбербанк России» в Рекламе.

Исходя из вышеизложенного, рассматриваемая Реклама содержит признаки нарушения требований части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», несет рекламодатель.

В силу статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодателем рассматриваемой Рекламы является ОАО «Сбербанк России» (117997, г. Москва, ул. Вавилова, 1).

На основании пункта 6 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, письмом от 30.06.2014 № АК/26177/14 ФАС России наделила Красноярское УФАС полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в отношении ОАО «Сбербанк России» (117997, г. Москва, ул. Вавилова, 1).

По данному факту 22.07.2014 Красноярским УФАС России возбуждено дело № 196 по признакам нарушения требований части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Федерального Закона «О рекламе» в отношении ОАО «Сбербанк России».

Определение о возбуждении дела (исх. № 13470 от 22.07.2014) было направлено в адрес ОАО «Сбербанк России» заказным письмом с уведомлением. В назначенное время представитель ОАО «Сбербанк России» по доверенности от 26.04.2013 <...> на рассмотрение дела № 196 явился. Запрошенные определением о возбуждении дела документы и сведения представлены в полном объеме.

В силу статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно пункту 1.7. Устава ОАО «Сбербанк России», утвержденного годовым общим собранием акционеров (протокол №26 от 31.05.2013), ОАО «Сбербанк России» является коммерческой организацией, основной целью которой является получение прибыли при осуществлении деятельности в соответствии с законодательством Российской Федерации, в том числе при осуществлении банковских операций.

Запись о государственной регистрации кредитной организации ОАО «Сбербанк России» внесена в Единый государственный реестр юридических лиц 16 августа 2002 года, основной государственный регистрационный номер <...> .

Согласно пункту 1 акта оказанных услуг от 08.05.2014 (далее - Акт) к договору №72/148 от 18.04.2012 заключенного между ОАО «Сбербанк России» и ООО «МакКэнн-Эриксон Уорлдвайд» (далее - Договор), в период с 09.04.2014 по 08.05.2014 ООО «МакКэнн-Эриксон Уорлдвайд» в соответствии с Договором оказало услуги разработки дизайна и подготовки к производству макета наружной рекламы форматом 3x6, под условным названием «отдыхайте летом с кредитом со ставкой от 14,5%». Согласно пункта 3 Акта все услуги оказаны ООО «МакКэнн-Эриксон Уорлдвайд» в полном объеме, качественно и в установленные сроки. Акт

В материалах дела № 196 имеются письменные пояснения представителя ОАО «Сбербанк России» по доверенности от 26.04.2013 <...>, из которых следует что, по мнению ОАО «Сбербанк России», Реклама содержит всю существенную информацию о рекламируемых услугах, об условиях их приобретения и использования, содержит все необходимые условия, указанные в статье 28 Федерального закона «О рекламе», а также иную информацию - указаны минимальная и максимальная сумма кредитов, минимальный и максимальный срок предоставления кредитов, минимальная и максимальная процентная ставка, критерии их определения, сведения об отсутствии комиссии за выдачу кредита, то есть содержит информацию обо всех условиях, влияющих на фактическую стоимость кредита.

По мнению представителя ОАО «Сбербанк России» по доверенности от 26.04.2013 В.А. Ивановой, из статьи 2 Федерального закона «О рекламе» следует, что реклама не может и не должна содержать весь объем информации, который может быть предоставлен клиенту банка по конкретной услуге, а лишь формирует его интерес и побуждает потребителя обратиться в соответствующую организацию за подробной информацией.

Представитель ОАО «Сбербанк России» по доверенности от 26.04.2013 <...> сообщает, что действующим законодательством Российской Федерации не закреплены требования (стандарты, технологические регламенты) к шрифту рекламы (его размеру, цвету, фактуре). Форма представления данных сведений выбрана банком с учетом оптимального уровня восприятия потребителями рекламируемых услуг. Согласно экспертному заключению ФГУ «Межотраслевой научно-технический комплекс «МИКРОХИРУРГИИ ГЛАЗА» имени академика <...>, проведенному в рамках спора с антимонопольным органом по делу №А40-82475/09-92-537, для расстояния пять метров размеры знаков, доступные для чтения большинством людей, должны составлять 20-30 миллиметров.

Вместе с тем, представитель ОАО «Сбербанк России» сообщает, что размер мелкого шрифта в рекламе ОАО «Сбербанк России» составляет: 38 мм заглавные буквы и 34 мм строчные буквы, что, по мнению представителя ОАО «Сбербанк России», полностью соответствует требуемому диапазону размера шрифта. Кроме этого, разрабатывая макет рекламы с указанным размером шрифта, ОАО «Сбербанк России» учитывал места размещения рекламы, а также статичность щитов, на которых она расположена.

Таким образом, по мнению ОАО «Сбербанк России», рассматриваемая Реклама соответствует всем требованиям, предъявляемым законодателем и правоприменителем к рекламе.

Исследовав материалы дела, Комиссия Красноярского УФАС России пришла к выводу о том, что в силу статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодателем рассматриваемой Рекламы является ОАО «Сбербанк России».

Реклама, являющаяся предметом рассмотрения дела, размещалась на рекламной конструкции, расположенной вдоль проезжей части дороги, что является подтверждением того факта, что данная Реклама обращена, в том числе, к потребителям,двигающимся на автомобильном либо ином транспорте, которые не имеют возможности подойти на определенное расстояние к Рекламе, с которого

становится возможным восприятие текста, изображенного мелким шрифтом. При этом Комиссия Красноярского УФАС России установила, что действующее законодательство не предусматривает обязанности потребителя осуществлять дополнительные действия, направленные на обеспечение возможности восприятия указанной в рекламе информации в полном объеме, в связи с тем, что реклама направлена на импульсивное восприятие потребителями.

Исходя из вышеизложенного, учитывая особенности размещения рекламы (месторасположение рассматриваемой Рекламы (на рекламной конструкции – щите, размещенном вдоль проезжей части дороги), ограниченное время считывания информации для потребителей, фактический мелкий размер шрифта, которым написаны остальные условия, влияющие на фактическую стоимость кредита, по сравнению со шрифтом основной, привлекательной для потребителя информации об услуге, высоту расположения текста), Комиссия Красноярского УФАС России пришла к выводу о том, что потребители Рекламы не имеют возможности ознакомиться с указанными сведениями обычным способом без использования специальных средств и в течение времени, в которое возможно восприятие данной информации.

К условиям, влияющим на сумму расходов, которые понесут воспользовавшиеся финансовыми услугами (кредитом) лица, относятся сумма кредита, срок кредита, процентная ставка по кредиту, а также иные условия, если их включение в договор может повлиять на сумму расходов, которые понесут воспользовавшиеся финансовыми услугами (кредитом) лица.

При этом вся необходимая и требуемая по закону информация, должна доводиться непосредственно в рекламе с тем, чтобы обеспечить возможность потребителю с ней ознакомиться, так как она может существенно повлиять на его выбор.

Исходя из понятия рекламы, которое описано в статье 3 Федерального закона «О рекламе», реклама предназначается для распространения среди неопределённого круга лиц, в связи с этим вся информация, включая обязательные к указанию сведения, должна быть доступна для потребителей при ознакомлении с рекламой без специальных усилий и применения специальных средств.

Вопреки доводам ОАО «Сбербанк России», о том, что нормами Федерального закона «О рекламе» не установлен размер шрифта, не свидетельствует о том, что размер шрифта может быть любым, поскольку, как следует из положений статьи 5 Федерального закона «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной и не должна вводить в заблуждение потребителей.

Исходя из разъяснений Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации в Постановлении № 58 от 08.10.2012 «О некоторых вопросах практики применения Арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (относительно статьи 28 Федерального закона «О рекламе») рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Федеральным законом «О рекламе» к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

Поэтому если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт, цветовая гамма), 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.

В рассматриваемой Рекламе крупным шрифтом сообщаются только одно условие оказания финансовой услуги (процентная ставка по кредиту в размере от 14,5%), наиболее привлекательное для потребителей условие. Данная процентная ставка может восприниматься потребителями без затруднений.

Вместе с тем, движение потенциального потребителя, в том числе на автомобильном или ином транспорте, не позволяет ознакомиться с иными условиями, изложенными в рекламе мелким шрифтом, и соответственно, данные условия не доводятся до сведения потребителей в условиях ограниченного времени, в которое возможно восприятие данной информации.

Существенной является не только информация привлекательная для потребителей (написана крупным шрифтом), но и информация, отсутствие которой способно обмануть ожидания потребителей, сформированные рекламой банковских услуг.

Соответственно, использованный в рекламном тексте шрифт своим размером должен обеспечить потребителям нормальное восприятие всего содержания рекламной надписи без дополнительно предпринимаемых усилий.

Кроме того, на основании имеющихся в материалах дела документов, Комиссией Красноярского УФАС России было установлено что по иным срокам и категориям клиентов ОАО «Сбербанк России» начисляются иные процентные ставки по кредиту, которые выше, чем установленная наиболее привлекательная процентной ставкой 14,5%.

Согласно информационному письму Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» реклама должна оцениваться по тому воздействию, которое она может оказать.

Учитывая вышеизложенное Комиссия Красноярского УФАС России установила, что в рассматриваемой Рекламе отсутствует существенная информация об условиях предоставления финансовой услуги (кредита) ОАО «Сбербанк России».

Отсутствие в Рекламе части существенной информации об условиях предоставления финансовой услуги (кредита) ОАО «Сбербанк России» приводит к искажению смысла Рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой финансовой услугой (кредитом), относительно итоговой стоимости финансовой услуги.

На основании вышеизложенного Комиссией Красноярского УФАС России установлено, что рассматриваемая Реклама нарушает требования части 7 статьи 5 и части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Исследовав материалы дела № 196, Комиссия Красноярского УФАС России пришла к выводу о том, что в силу статьи 3 Федерального закона «О рекламе»

рекламодателем рассматриваемой Рекламы является ОАО «Сбербанк России».

На момент рассмотрения дела Комиссия Красноярского УФАС России не располагала информацией, подтверждающей тот факт, что нарушение требований части 7 статьи 5 и части 3 статьи 28 Федерального Закона «О рекламе» ОАО «Сбербанк России» устранены.

На основании изложенного, руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального Закона №38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42, 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей Рекламу, распространенную ОАО «Сбербанк России» (117997, г. Москва, ул. Вавилова, 1), поскольку она нарушает требования требований части 7 статьи 5 и части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

2. В соответствии с пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе выдать ОАО «Сбербанк России» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Красноярского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

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

О.П. Харченко

Председатель Комиссии

Ю.Н. Крицкая

Члены Комиссии

О.А. Романова

Романова Олеся Александровна

(391) 211-18-30