

РЕШЕНИЕ

30.08.2013 г. г. Кострома

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Костромской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии - Ревельцев О.В., руководитель управления, члены Комиссии: Баданова И.Н. - главный государственный инспектор отдела антимонопольного контроля хозяйствующих субъектов и рекламы, Торопова Е.В. – старший государственный инспектор отдела контроля органов власти, рассмотрев материалы дела № ВД 07-47/1157, возбужденного в отношении ООО «АПР-Сити/ТВД» (ОГРН 1037739332564, ИНН 7703225956, 142700, Московская обл., Ленинский р-н, Видное, ул. Донбасская, д. 2, факт. адрес: г. Кострома, ул. Козуева, 3/46), о нарушении требований, установленных ч. 1 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), в присутствии представителя ООО «АПР-Сити/ТВД» - руководителя обособленного подразделения в г. Костроме ООО «АПР-Сити/ТВД» <...> (доверенность №13-08-13/01ю от 13.08.2013 г., паспорт <...>);

УСТАНОВИЛА:

На основании распоряжения Костромского УФАС России от 30.04.2013 г. №48 в период с 06.05.2013 г. по 04.06.2013 г. проведена внеплановая документарная проверка по соблюдению ООО «АПР-Сити/ТВД» требований Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе).

По результатам проверки установлено следующее.

При мониторинге наружной рекламы, распространяемой на территории города Костромы, 3 апреля 2013 года специалистами Костромского УФАС России по ул. И. Сусанина, д. 76/ул. Свердлова обнаружено средство стабильного территориального размещения (рекламная конструкция 3х6 кв.м.), с помощью которой распространяется реклама Россельхозбанка по предоставлению кредита на миллион по ставке от 12,5% годовых.

Согласно материалам дела, ответа рекламопроизводителя рассматриваемой рекламы – ИП Перминова Д.В. исх. №10 от 16.05.2013 г. рекламная информация, которая содержит наиболее привлекательные для потребителя условия «Россельхозбанк (высота (далее – h) заглавной буквы «Р» = 13,5 см, h букв «оссельхоз» = 10,6 см, h заглавной буквы «Б» = 13,8 см, h букв «анк» = 10,6 см) * Кредит (h буквы «К» = 22,2 см, h буквы «Р» = 22,2 см, h буквы «Е» = 22,1 см, h буквы «Д» = 25,8 см, h буквы «И» = 22,2 см, h буквы «Т» = 22,1 см) на миллион (h=11,8 см) 1 000 000 (h цифры «1» = 36,8 см, h цифр «000 000» = 37,6 см) от 12,5% (h=20,4 см)* 156000, г. Кострома, пр. Мира, д. 6, (4942) 31-12-54 * 8 800 200 02 90 * www.rshb.ru», указана крупным шрифтом видным с дальнего расстояния.

В нижней части рекламной площади под привлекаемыми условиями отражена мелким, нечитаемым шрифтом информация по предоставлению денежных средств в кредит на 1 000 000 руб. под 12,5% годовых, а именно: «С 10.01.2013 г. по 10.04.2013 г. потребительский кредит на срок до 6 месяцев включительно на сумму до 1 000 000 рублей предоставляется гражданам РФ в возрасте от 18 лет при условии, что срок возврата кредита наступает до достижения ими возраста 65 лет и

страховании жизни и здоровья. При отсутствии страхования жизни и здоровья. При отсутствии страхования жизни и здоровья ставка составит 14,5% годовых. Валюта кредита – рубли. Обеспечение по кредиту: поручительство физических либо юридических лиц или залог имущества. Комиссии за выдачу и возврат кредита отсутствуют».

Перпендикулярно мелкому, нечитаемому тексту с левой стороны (боковое поле) текста указано наименование юридического лица, оказывающего финансовую услугу – ОАО «Россельхозбанк» (h заглавных букв = 5,3 см, h строчных букв = 4 см).

Перпендикулярно мелкому, нечитаемому тексту с правой стороны (боковое поле) указаны сведения о наличии лицензии – генеральная лицензия Банка России №3349 h заглавных букв = 5,3 см, h строчных букв = 4 см).

Формальное присутствие в рекламе рассматриваемых сведений не позволяет потребителю их воспринимать, следовательно, не может расцениваться как их наличие.

Таким образом, из доступной для потребителя информации, указанной крупным шрифтом, следует, что кредитная организация под коммерческим обозначением «Россельхозбанк» может предоставить кредит в размере 1000 000 руб. по процентной ставке от 12,5% .

В рассматриваемом случае рекламодателем используется в рекламе такой визуальный приём, как неодинаковый размер шрифта размещаемой информации, которая касается одной финансовой услуги — размещение привлеченных во вклады (до востребования и на определенный срок) денежных средств физических и юридических лиц от своего имени и за свой счет (кредитование).

Согласно материалам дела рекламодателем рассматриваемого рекламного сообщения является Открытое акционерное общество «Российский Сельскохозяйственный банк» - ОАО «Россельхозбанк» (лицензия на осуществление банковских операций №3349 от 11.07.2012 г.).

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 и поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке (пункт 1 статьи 3 Закона о рекламе).

Указанная выше информация подпадает под определение рекламы и содержит все её признаки:

адресована неопределенному кругу лиц и направлена на продвижение такой услуги, как кредитование,

распространяется с помощью средства стабильного территориального размещения – рекламной конструкции.

Согласно п. 6 ст. 4 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» ОАО «Россельхозбанк» является финансовой организацией.

Следовательно, рассматриваемая реклама должна соответствовать как общим требованиям, предъявляемым к рекламе, так и положениям статьи 28 Закона о рекламе, устанавливающей специальные требования к рекламе финансовых услуг.

В соответствии с ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридических лиц — наименование, для индивидуального предпринимателя — фамилию, имя, отчество).

Таким образом, указание реквизитов организации, предоставляющей финансовые услуги, является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей.

Пункт 1 ст. 54 Гражданского кодекса Российской Федерации гласит, что организационно-правовая форма юридического лица является неотъемлемой частью его наименования.

Согласно ст. 7 Федерального закона от 02.12.1990 №395-1 «О банках и банковской деятельности» кредитная организация должна иметь полное фирменное наименование и вправе иметь сокращенное фирменное наименование на русском языке. Кредитная организация вправе иметь также полное фирменное наименование и (или) сокращенное фирменное наименование на языках народов Российской Федерации и (или) иностранных языках.

Фирменное наименование кредитной организации на русском языке и языках народов Российской Федерации может содержать иноязычные заимствования в русской транскрипции или в транскрипциях языков народов Российской Федерации, за исключением терминов и аббревиатур, отражающих организационно-правовую форму кредитной организации.

Фирменное наименование кредитной организации должно содержать указание на характер ее деятельности путем использования слов «банк» или «небанковская кредитная организация».

Иные требования к фирменному наименованию кредитной организации устанавливаются Гражданским кодексом Российской Федерации.

В соответствии с ч. 4 ст. 54 ГК РФ Юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, должно иметь фирменное наименование. Требования к фирменному наименованию устанавливаются ГК РФ и другими законами. Права на фирменное наименование определяются в соответствии с правилами раздела VII ГК РФ.

Части 1, 2, 3 ст. 1473 ГК гласят:

Юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, выступает в гражданском обороте под своим фирменным наименованием, которое определяется в его учредительных документах и включается в единый государственный реестр юридических лиц при государственной регистрации юридического лица.

Фирменное наименование юридического лица должно содержать указание на его организационно-правовую форму и собственно наименование юридического лица, которое не может состоять только из слов, обозначающих род деятельности.

Юридическое лицо должно иметь полное и вправе иметь сокращенное фирменное наименование на русском языке. Юридическое лицо вправе иметь также полное и (или) сокращенное фирменное наименование на языках народов Российской Федерации и (или) иностранных языках.

Таким образом, наименование юридического лица включает указание на его организационно-правовую форму и указывается в учредительных документах юридического лица.

Согласно материалам дела Россельхозбанк имеет полное наименование – Открытое акционерное общество «Российский Сельскохозяйственный банк» и сокращенное наименование – ОАО «Россельхозбанк».

При таких обстоятельствах рассматриваемая реклама не содержит наименование или имя лица, оказывающего услугу по кредиту (финансовую услугу), что свидетельствует о нарушении части 1 статьи 28 Закона о рекламе.

Исходя из понятия рекламы, она предназначена для распространения среди неопределённого круга лиц, в связи с чем вся информация, включая обязательные к указанию сведения, должна быть доступна для потребителей при ознакомлении с рекламой без специальных усилий и применения специальных средств.

Необходимо отметить, что текст рекламы находится не на уровне глаз человека, а

на определенной высоте — рекламная конструкция имеет центральную стойку высотой четыре 4,5 метра, что снижает уровень восприятия информации, выполненной мелким шрифтом.

Кроме того, рассматриваемая реклама расположена вдоль оживленной трассы, вследствие чего водителями транспортных средств, их пассажирами, а также пешеходами, идущими по тротуару на противоположной стороне дороги доступна лишь информация, выполненная крупным шрифтом, при этом информация, выполненная мелким шрифтом остается скрытой для них. У данной категории потребителей отсутствует прямой доступ к рекламному плакату, что свидетельствует о восприятии рекламной информации со значительного расстояния.

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).

То обстоятельство, что нормами Закона о рекламе не установлен размер шрифта, которая должна быть приведена обязательная в силу закона информация, не свидетельствует о том, что размер шрифта может быть любым, поскольку, как следует из положений статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной и не должна вводить в заблуждение потребителей.

Размещение привлекательной для потребителя информации крупным шрифтом, а менее привлекательной информации – способом, затрудняющим её восприятие (с учётом размера шрифта текста рекламы), свидетельствует о недобросовестности рекламы.

Как разъяснил Пленум 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») рекламодаделец вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Доводы представителя Общества <...> о том, что:

вывод о нечитаемости текста в спорной рекламе сделан антимонопольным органом самостоятельно без обоснования данного факта;

антимонопольным органом не были произведены точные расчеты восприятия потенциальными потребителями рассматриваемой рекламы, несостоятельны, постольку:

информация о рекламируемой финансовой услуге подается неодинаково (часть ее размещена крупным, а часть – трудночитаемым (мелким) шрифтом, а наименование лица, оказывающего финансовую услугу, размещено ещё и перпендикулярно основному тексту рекламы), поэтому искажается действительный смысл информации, размещенной крупным шрифтом, так как в

этой информации отсутствуют те сведения, которые указаны мелким шрифтом, а неодинаковая подача информации об услуге (в том числе о наименовании лица оказывающего такую услугу) может ввести в заблуждение потребителя относительно лица, оказывающего рекламируемую услугу;

реклама, распространяемая с использованием средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций) направлена на ее импульсивное восприятие потребителями с дальнего расстояния. Учитывая место расположения рекламной конструкции (вдоль проезжих частей), необходимость восприятия рекламы со значительного расстояния, ограниченное время считывания рекламной информации, неодинаковый размер шрифта, которым указана привлекательная для потребителя информация о рекламируемой услуге и существенная для потребителя информация, потребитель лишен возможности полностью воспринять текст размещенной рекламы. Потенциальными потребителями рекламы являются не только пешеходы, но и автомобилисты, а также потребители с ограниченными возможностями восприятия информации;

то обстоятельство, что в Законе о рекламе не прописан размер шрифта, не свидетельствует о том, что размер шрифта текстов распространяемой рекламе может быть любым. Основным условием размещения рекламы является предоставление добросовестной и достоверной информации. Данная реклама не должна вводить потребителя в заблуждение относительно сведений о наименовании лица, оказывающего рекламируемую финансовую услугу. Какие-либо официальные правила и методики расчета, обязательные к применению антимонопольным органом при оценке рекламы, действующим законодательством о рекламе не предусмотрены. Закон о рекламе также не устанавливает размер шрифта либо методики расчета для установления возможности восприятия потребителем размещенной рекламы.

Следовательно, рассматриваемая реклама «Россельхозбанк * Кредит на миллион 1 000 000 от 12,5% * 156000, г. Кострома, пр. Мира, д. 6, (4942) 31-12-54 * 8 800 200 02 90 * www.rshb.ru», распространяющаяся с помощью наружной рекламной конструкции (сторона А) по адресу: г. Кострома, ул. И. Сусанина, д. 76/ ул. Свердлова, нарушает требования части 1 статьи 28 Закона о рекламе.

Часть 7 статьи 38 Закона о рекламе устанавливает, что ответственность за нарушение требований, установленных ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе, несет рекламораспространитель.

Согласно материалам дела рекламораспространителем, лицом, осуществляющим распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (п. 7 ст. 3 Закона о рекламе), является ООО «АПР-Сити/ТВД».

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 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 рекламу кредита «КРЕДИТ на миллион 1 000 000 от 12,5%», предоставляемого ОАО «Россельхозбанк», распространяющуюся с помощью наружной рекламной конструкции (сторона А) по адресу: г. Кострома, ул. И. Сусанина, д. 76/ ул. Свердлова, принадлежащей рекламораспространителю - ООО «АПР-Сити/ТВД», ненадлежащей, поскольку нарушены требования ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе.

2. Выдать ООО «АПР-Сити/ТВД» предписание о прекращении нарушения ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе в рекламе финансовых услуг.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Костромского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии

О.В. Ревельцев

Члены Комиссии

Е.В. Торопова

И.Н. Баданова

ПРЕДПИСАНИЕ
о прекращении нарушения
законодательства Российской Федерации о рекламе

30.08.2013 г.

г. Кострома

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Костромской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии — Ревельцев О.В., руководитель управления, члены Комиссии: Баданова И.Н. - главный государственный инспектор отдела антимонопольного контроля хозяйствующих субъектов и рекламы, Торопова Е.В. – старший государственный инспектор отдела контроля органов власти, на основании своего решения от 30.08.2013 г. по делу № ВД 07-47/1157 о признании рекламы кредита «КРЕДИТ на миллион 1 000 000 от 12,5%», предоставляемого ОАО «Россельхозбанк», распространявшейся с помощью наружной рекламной конструкции (сторона А) по адресу: г. Кострома, ул. И. Сусанина, д. 76/ ул. Свердлова, принадлежащей рекламодателю - ООО «АПР-Сити/ТВД», ненадлежащей, поскольку нарушены требования ч. 1 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Закона о рекламе, пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Обществу с ограниченной ответственностью «АПР-Сити/ТВД» (ОГРН 1037739332564, ИНН 7703225956, 142700, Московская обл., Ленинский р-н, Видное, ул. Донбасская, д. 2, факт. адрес: г. Кострома, ул. Козуева, 3/46) в срок до 20.10.2013 г. прекратить нарушение требований ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе, а именно: распространять любыми способами рекламу финансовых услуг, противоречащую требованиям части 1 статьи 28 Закона о рекламе.

2. ООО «АПР-Сити/ТВД» в срок до 01.11.2013 года представить в Костромское

УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Костромское УФАС России вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от трёхсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Председатель Комиссии

О.В. Ревельцев

Члены Комиссии:

Е.В. Торопова

И.Н. Баданова

- [reshenie apr-siti tvd.doc](#)
- [predpisanie apr-siti tvd.doc](#)