ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 30

о наложении штрафа по делу № 04-5/57

об административном правонарушении

06 июля 2017 года г. Хабаровск

Руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю, рассмотрев протокол об административном правонарушении от 14 июня 2017 года и материалы дела № 04-5/57 об административном правонарушении, в отношении «Газпром-банк» (Акционерное общество) – далее «Газпромбанк (АО) (место осуществления деятель-ности: г. Москва, ул. Наметкина, 16, корп.1) в связи с распространением наружной рекламы финансовых услуг.

Дело рассмотрено в присутствии представителей «Газпромбанк» (АО) – (по доверенно-сти).

УСТАНОВИЛА:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства Рос-сийской Федерации о рекламе Хабаровским УФАС России 04 мая 2017 года отслежена на-ружная реклама (призматрон) Банка ГПБ (АО), распространяемая в г. Хабаровске на ул. Се-рышева, 9 , следующего содержания:

- крупным шрифтом:

«Событие в масштабах семьи. Ипотека. Процентная ставка от 11%. Газпромбанк. Офисы банка ГПБ (АО) ул. Тургенева, 46 (4212) 41-18-33, ул. Истомина, 51а 8(4212) 41-18-40. . В МАСШТАБАХ СТРАНЫ, В ИНТЕРЕСАХ КАЖДОГО. www/gazprombank.ru».

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

Срок распространения рекламы с 01 апреля по 30 апреля 2017 года (реклама демон-тирована 05 мая 2017 года).

Кроме того, указанная реклама распространялась в г. Хабаровске по адресам:

ул. Карла Маркса, 61 –ул. Московская (призматрон);

ул. Ленина, 21-Запарина (стенд);

пр. 60 лет Октября , 212 (стенд);

ул. Тихоокеанская - ул. Трехгорная (стенд);

ул. Ленина, 28-ул. Волочаевская (призматрон);

ул. Павла Морозова, 58 (призматрон).

ул. Волочаевская, 15-пер. Трубный;

ул. Карла Маркса, 91.

Реклама ориентирована на неопределенный круг лиц, направлена на мотивацию по-требителя 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 соответст-вовать 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.

Информация о других условиях предоставления финансовой услуги формально при-сутствует в рекламе. Однако данные сведения выполнены столь мелким по сравнению с ос-новным рекламным текстом шрифтом, что делает невозможным их восприятие и вводит по-требителя 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 ин-формации 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 то-вара (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 кото-рой 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.

«Газпромбанк» (АО) представлены пояснения, согласно которых:

1. в действиях банка отсутствует событие правонарушения, потому что по состоянию на 04 мая 2017 года вся реклама демонтирована, так как в соответствии с договором ООО «ЭнДжей» срок размещения рекламы с 01 по 30 апреля 2017 года;

2. в рекламе не обязательно указывать наименование юридического лица, достаточно указать только название кредитной организации – Газпромбанк;

3. реклама доступна для восприятия с позиции обычного потребителя, если уделить этому достаточно времени;

4. просят назначить наказание в виде предупреждения, в соответствии со статьями 3, 4, 4.1.1. КоАП РФ.

Данные доводы не принимаются по следующим основаниям.

1. При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Хабаровским УФАС России наружная реклама Банка от-слежена 04 мая 2017 года по адресу: г. Хабаровск, ул. Серышева, 9. Данный факт подтвер-ждается фотографиями, имеющимися в материалах дела.

Действительно в соответствии с договором, заключенным между ООО «ЭнДжей» и «Газпромбанк» (АО), срок распространения рекламы с 01 по 30 апреля 2017 года.

То есть факт размещения рекламы подтвержден и не опровергается Банком.

Согласно письму ООО «АРТ» от 14.06.2017 года рекламно-информационный материал Банка демонтирован до 05 мая 2017 года.

Таким образом, факт размещения рекламы удостоверен рекламораспространителем.

2. В соответствии с частью 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе» реклама банковских, страхо-вых и иных финансовых услуг должна содержать наименование лица, оказывающего эти ус-луги (для юридического лица наименование, для индивидуального предпринимателя - фами-лию, имя, отчество).

Согласно части1 статьи 54 ГК РФ юридическое лицо имеет сове наименование , со-держащее указание на его организационно-правовую форму.

В соответствии с пунктом 2 статьи 1473 Гражданского кодекса Российской Федерации 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.

Принимается довод Банка о том, что в рекламе слева баннера указано полное его на-именование ГПБ (АО).

3. Статьей 3 ФЗ «О рекламе» установлено, что реклама - это информация, распро-страняемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресован-ная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекла-мирования, формирования или поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке.

Совокупность таких особенностей спорной рекламы, как ограниченное время считыва-ния информации, объем информации, размещенной в рекламе, размер

шрифта, которым на-писаны существенные условия получения услуги, лишают возможности потребителя полу-чить 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 потре-бителей (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 (во-дители, пешеходы) и имеют лишь секунды для ее восприятия. Кроме того, щиты расположе-ны на высоте более 3 метров (нижний край), что требует подъема головы. Поэтому для безо-пасности потребителей информация должна схватываться практически мгновенно. Таким критериям соответствуют только слоган «событие в масштабах семьи», процентная ставка, название банка, слово «ипотека», телефон.

Читабельность же основного информационного блока, расположенного в нижней час-ти рекламы, представляется крайне затруднительной, тем более реклама размещена на приз-матроне, который не является статичной рекламной конструкцией.

Данные обстоятельства указывают на то, что у потребителей рекламы затруднена воз-можность 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.

4. Согласно части 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицам, осуществляющим предпринимательскую деятельность без обра-зования юридического лица, и юридическим лицам, а также их работникам за впервые со-вершенное административное правонарушение, выявленное в ходе осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля, в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей раздела II КоАП РФ или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных частью 2 статьи 3.4 КоАП РФ, за исключением случаев, предусмотренных частью 2 статьи 4.1.1 КоАП РФ.

«Газпромбанк» (АО) не относится к категории субъектов малого и среднего пред-принимательства .

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

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований статей 5, 28 Закона несет рекламодатель – изготовитель или прода-вец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы ли-цо.

Установлено, что рекламодателем, в интересах которого непосредственно распростра-нялась рекламная кампания, является «Газпромбанк» (АО). Данный факт подтверждается до-говором № 3-3001-NG от 15 марта 2017 года.

Частью 6 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонару-шениях за нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространите-лем 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,

ПОСТАНОВИЛА:

1. Признать «Газпромбанк» (АО) виновным в совершении административного право-нарушения, 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 тридцати дней со дня вступления постанов-ления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 Кодекса Российской Федера-ции 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, ОКАТО 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 Россий-ской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об админи-стративном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.