

РЕШЕНИЕ

по делу № 021/05/28-168/2020

27 марта 2020 г.
Чебоксары

г.

Резолютивная часть решения оглашена 17.03.2020

Решение в полном объеме изготовлено 27.03.2020

Комиссия Чувашского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения Федерального закона от 13.06.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Комиссия) в составе: председатель

Комиссии: «...»

члены

Комиссии:

«...», рассмотрев дело № 021/05/28-168/2020, возбужденное в отношении «Газпромбанк» (Акционерное общество) (117420, г. Москва, ул. Наметкина, 16, 1, ОГРН: 1027700167110, ИНН: 7744001497, КПП 772801001) по признакам нарушения требований, установленных частью 7 статьи 5, частью 3 статьи 28 Федерального закона от 13.06.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения Закона о рекламе - представителя БАНКа ГПБ (АО) – «...» (по доверенности от 25.04.2017 № Д-2/275),

УСТАНОВИЛА:

Чувашским УФАС России (далее также – Управление) в порядке части 2 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) рассмотрено дело по признакам нарушения требований части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Закона о рекламе в отношении «Газпромбанк» (Акционерное общество) (далее - БАНК ГПБ (АО), АО «Газпромбанк», банк).

Основанием для возбуждения дела послужило осуществление 12.02.2020 Управлением контрольного мероприятия по соблюдению требований Закона о рекламе при размещении наружной рекламы в границах г. Чебоксары.

По результатам контрольного мероприятия Чувашским УФАС России выявлено размещение наружной рекламы АО «Газпромбанк» на щитовых рекламных конструкциях, расположенных вдоль проезжей

части дороги (30-я дорога):

- от «Ярмарки» в сторону остановки «ТЦ Центральный»;

- от остановки «ТЦ Центральный» в сторону остановки «Ярмарка».

Информация, размещенная на данных щитовых конструкциях, имеет следующее содержание: «Газпромбанк Легкий кредит со ставкой по кредиту от 7, 5% годовых ставка 8-800-300-60-90 gazprombank.ru», и далее условия предоставления кредита, указанные мелким шрифтом, не позволяющим воспринять их содержание: «ставка – от 7,5% годовых при сумме кредита от 1 млн до 3 млн руб. при сумме кредита от 300 000 до 999 999,99 руб.- от 9,5 % годовых, от 50 000 до 299 999,99 руб.- от 11,5 % годовых ставка увеличивается на 5-6 п.п. для клиентов без личного страхования в зависимости от категории заемщика. срок кредита: от 13 до 84 мес.подробнее на gazprombank.ru. информация на 20.01.2020 не является офертой. Банк ГПБ (АО). Генеральная лицензия банка России № 354. реклама».

Пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе определено, что 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.

Содержание информации, размещенной на этих щитовых рекламных конструкциях, позволяет квалифицировать ее рекламой, поскольку соответствует всем квалифицирующим признакам рекламы, определенным статьей 3 Закона о рекламе.

Следовательно, рассматриваемая информация, являющаяся рекламой, должна соответствовать требованиям, установленным Законом о рекламе.

Из информации, представленной АО «Газпромбанк» следует, что объектом рекламирования финансовых услуг банка является кредитный продукт программы «Легкий кредит».

При этом, банк, не оспаривая, что является рекламодателем данной рекламы, представил в заседание Комиссии пояснения, из которых следует, что вопрос восприятия потребителями шрифта текста рекламы не является однозначным в силу следующего.

Действующим законодательством размер шрифта рекламных надписей не регламентирован, использованный банком способ подачи информации позволяет потребителям воспринять текст рекламы в полном объеме, и не вводит их в заблуждение относительно существенных условий потребительского кредита.

При этом, банк отмечает, что рекламные щиты расположены таким образом, что препятствий для свободного восприятия информации, содержащейся на рекламных щитах, нет, поскольку для подхода к ним имеется пешеходный тротуар, проходящий непосредственно вдоль проезжей части дороги.

Кроме того, по мнению банка, водители и пассажиры, находящиеся в движущемся транспортном средстве, не могут рассматриваться в качестве потребителей данной рекламы и оценка читаемости рекламного текста может производиться только с позиции рядовых потребителей – пешеходов, а не с позиции участников дорожного движения.

Размер шрифта и цвет текста в рекламе обеспечивает контрастность изображения, и тем самым, не нарушает прав потребителей рекламы на ознакомление с данной рекламой банковской услуги.

Установлено, что рассматриваемая реклама, согласно представленному в дело агентскому договору на размещение наружной рекламы, размещалась в период с 01.02.2020 по 29.02.2020 и на момент рассмотрения дела демонтирована.

Оценив и проанализировав представленные материалы и заявленные доводы лица, участвующего в деле, Комиссия приходит к следующему.

Общие требования к рекламе установлены статьей 5 Закона о рекламе. В силу части 1 данной статьи определено, что реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Частью 7 статьи 5 Закона о рекламе определено, что 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.

Кроме того, требования к рекламе финансовых услуг определены статьей 28 Закона о рекламе.

При этом, частью 3 статьи 28 Закона о рекламе установлено, что если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или

займа, пользованием им и погашением кредита или займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита.

В рассматриваемом случае, материалы контрольного мероприятия свидетельствуют о том, что реклама, с привлекательной для потребителя информацией – процентной ставкой по кредиту от 7,5% годовых размещена крупным шрифтом, а иные существенные условия получения кредита – способом, затрудняющим восприятие условий, не позволяющим всем категориям потребителей воспринимать данные сведения.

При этом, менее или вовсе непривлекательные обременительные коммерческие условия (в том числе, фактическая стоимость кредита, надбавки и расходы заемщика, дополнительные условия или ограничения) размещены в рекламе мелким, не читаемым шрифтом, который невозможно разобрать одномоментно и требует серьезного напряжения зрения, в том числе, в случае нахождения в непосредственной близости к рекламному щиту.

Место размещения рассматриваемой наружной рекламы на щитовых рекламных конструкциях является местом общедоступным для неопределенного круга лиц, потребителей рекламы. Каких – либо ограничений по кругу лиц-потребителей рекламы, не установлено.

При этом, под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателей рекламы и конкретной стороны правоотношений, возникающих по поводу реализации объекта рекламирования.

Такой признак рекламной информации как предназначенность для неопределенного круга лиц означает отсутствие в рекламе определения лиц, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Согласно правовой позиции, изложенной в пункте 29 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», при рассмотрении дел о признании рекламы недостоверной судам необходимо исходить из следующего.

Информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве,

потребительских

свойствах.

Кроме того, вся необходимая смысловая информация должна доводиться до потребителя непосредственно в рекламе, чтобы обеспечить возможность с ней ознакомиться на момент ознакомления с рекламой, так как она может существенно повлиять на его выбор.

Узнавая о скрытых аспектах финансовой операции уже на стадии обращения в банк, клиенту может оказаться сложнее отказаться от невыгодных для него условий, поскольку он уже обратился в данное общество и рассчитывал на получение денежных средств.

Доводы банка об отсутствии в рекламе нарушений Закона о рекламе, добросовестности действий по размещению рекламы, возможности прочтения шрифта, при желании потребителя, в котором, в том числе, указаны все условия финансовой услуги, не могут быть приняты во внимание по следующим основаниям.

Исходя из рассматриваемого текста рекламы, усматривается, что наиболее выгодное и привлекательное условие - получение кредита по ставке от 7,5 % годовых, выделено в рекламе ярко и броско, крупным шрифтом, занимающим значительную часть рекламного баннера.

Однако, в вышеуказанной рекламе содержится иная информация с существенными условиями финансовой услуги, представленная мелким шрифтом, которая, в силу используемого размера шрифта и расположения на баннере, является трудночитаемой, требующей напряжения зрения, в том числе, в силу использования мелкого шрифта, даже в случае нахождения в непосредственной близости к рекламному щиту и которую невозможно разобрать одновременно с привлекательными условиями.

Вместе с тем, необходимо учитывать все аспекты размещения рекламы, в том числе, рекламы финансовых услуг.

Рассматриваемая рекламная информация размещена на рекламных щитах, расположенных непосредственно вдоль проезжей части оживленной дороги, и таким образом, мелкий, плохо читаемый шрифт, с существенными условиями финансовой услуги, не может быть воспринят всеми категориям потребителей надлежащим образом.

Потенциальными потребителями данной рекламы, являются водители и пассажиры транспортных средств, которые находятся в движении, что дополнительно усложняет прочтение текста, который требует

четкого осознания предлагаемой финансовой услуги, а также ее понимания и уяснения без совершения действий, направленных на специальное, длительное сосредоточенное внимание. Доводы банка о том, что расположение рекламных щитов с текстом спорной рекламы, в первую очередь, ориентировано не на водителей и участников дорожного движения, а на пешеходов, нельзя признать состоятельными.

Водители и пассажиры транспортных средств также являются потенциальными потребителями рекламы, при этом находясь в движении, что дополнительно усложняет прочтение текста, который требует четкого осознания предлагаемой финансовой услуги, а также ее понимания и уяснения условий предоставления кредита, без совершения действий, направленных на специальное, длительное сосредоточенное внимание.

Из пункта 28 постановления Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» следует, что если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), 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 (часть 7 статьи 5 Закона о рекламе).

Поскольку распространенная банком реклама финансовых услуг направлена на формирование у потребителей желания ею воспользоваться, существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламы.

Отсутствие в рекламе какой-либо существенной части информации приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемым видом финансовых услуг.

В данном случае указанную информацию об условиях предоставления кредита невозможно прочесть без дополнительных технических средств, в связи с чем они являются недоступными, не позволяющие потребителям оценить условия предоставляемой финансовой услуги в совокупности.

Как свидетельствуют материалы дела, рассматриваемая реклама размещена на рекламной конструкции, установленной вдоль проезжей части дороги и направлена на импульсивное восприятие (относительно быстрое и четкое осознание предлагаемой информации, а также ее понимание и уяснение без совершения действий, направленных на специальное, длительное сосредоточение внимания). Часть информации «Легкий кредит со ставкой по кредиту от 7, 5% годовых ставка» выполнена крупным шрифтом, а остальная часть мелким, трудным для восприятия шрифтом.

При формальном присутствии в рекламе необходимой информации такие обстоятельства, как размер рекламной конструкции, высота и место ее расположения (около автомобильной дороги, не на уровне глаз потребителя), размер шрифта, не позволяют потребителям воспринимать все сведения об условиях предоставляемой услуги, и, следовательно, она не может рассматриваться как ее фактическое наличие. Аналогичная правовая позиция изложена в постановлении Арбитражного суда Волго-Вятского округа от 19.11.2014 № Ф01-4705/2014 по делу № А79- 2037/2014.

Таким образом, распространение данной рекламы осуществлено с нарушением требований части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Закона о рекламе.

Реклама, не соответствующая требованиям Закона о рекламе в соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе, признается ненадлежащей рекламой.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение указанных требований несет рекламодаделец.

В силу пункта 5 статьи 3 Закона о рекламе рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы

лицо. Как следует из материалов дела, и не опровергается банком, лицом, определившим объект рекламирования и (или) содержание рекламы является АО «Газпромбанк», соответственно данный банк является рекламодателем рассматриваемой рекламы.

На этом основании, ответственность за выявленное нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5, частью 3 статьи 28 Закона о рекламе возлагается на АО «Газпромбанк».

При этом, материалами дела установлено, что размещение рассматриваемой рекламы на момент рассмотрения дела прекращено.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона рекламе антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный контроль за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе, вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. В связи с тем, что распространение ненадлежащей рекламы осуществлялось в определенный период времени и в настоящее время прекращено, Комиссия пришла к выводу об отсутствии основания выдачи БАНК ГПБ (АО) предписания о прекращении нарушения части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Закона о рекламе. Руководствуясь частью 2 пункта 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 Закона о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу, распространенную БАНКом ГПБ (АО) (117420, г. Москва, ул. Наметкина, 16, 1, ОГРН: 1027700167110, ИНН: 7744001497, КПП 772801001) с 01.02.2020 по 29.02.2020 на щитовых рекламных конструкциях, расположенных вдоль проезжей части дороги (30-я дорога):

- от «Ярмарки» в сторону остановки «ТЦ Центральный»;

- от остановки «ТЦ Центральный» в сторону остановки «Ярмарка», с содержанием: «Газпромбанк Легкий кредит со ставкой по кредиту от 7,5% годовых ставка 8-800-300-60-90 gazprombank.ru», и далее условия предоставления кредита, указанные мелким шрифтом, не позволяющим воспринять их содержание: «ставка – от 7,5% годовых при сумме кредита от 1 млн до 3 млн руб. при сумме кредита от 300 000 до 999 999,99 руб.- от 9,5 % годовых, от 50 000 до 299 999,99 руб.- от 11,5 % годовых ставка увеличивается на 5-6 п.п. для клиентов без личного страхования в зависимости от категории заемщика. срок кредита: от 13 до 84 мес. подробнее на gazprombank.ru. информация на 20.01.2020 не является офертой. Банк

ГПБ (АО). Генеральная лицензия банка России № 354. реклама»,

ненадлежащей, поскольку ее содержание нарушает требования части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Закона о рекламе.

2. Признать БАНК ГПБ (АО) нарушившим часть 7 статьи 5, часть 3 статьи 28 Закона о рекламе.

3. Предписание о прекращении нарушения Закона о рекламе не выдавать.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении БАНК ГПБ (АО).

Председатель

Комиссии

«...»

Члены Комиссии

«...»

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