

РЕШЕНИЕ
по делу № РЦ.08.11.50

12 января 2012 г. г. Москва

Комиссия ФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

рассмотрев дело № РЦ.08.11.50 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения Открытым акционерным обществом «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» (ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК») рекламной кампании вкладов и кредитов для физических лиц в период с января по октябрь 2011 г. на территории Российской Федерации в регионах присутствия банка,
в присутствии представителей:

ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» – <....> (по доверенности № 8218/2011 от 19.12.2011),

УСТАНОВИЛА:

В ходе контрольных мероприятий по проверке рекламы ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» на предмет соответствия законодательству Российской Федерации о рекламе, проведенных ФАС России с 06 июня 2011 г. по 14 июня 2011 г., было выявлено, что в период с января по июнь 2011 года на территории г. Москвы и Московской области распространялась рекламная кампания вкладов и кредитов ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК».

Кроме того, в адрес ФАС России поступило заявление гражданина с указанием на признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в рекламе кредита ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» с утверждением «Кредит без переплаты». Данное заявления Комиссия приобщила к материалам настоящего дела.

Рекламная кампания потребительских кредитов для физических лиц ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» под заголовками «1 000 000 за 15 тыс. руб. в месяц» и «15 % без комиссий. Распродажа кредитов» осуществлялась в январе – марте 2011 года на рекламных конструкциях и в Московском метрополитене на территории г. Москва и Московской области.

Реклама кредита ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» с утверждением «Кредит без переплаты» распространялась посредством буклетов в магазинах «Алеф» и «Форема» на территории г. Москва в октябре 2011 года.

Согласно пункту 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Федеральный закон «О рекламе») реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

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 заёмщика и влияющие на неё.

Сумма расходов, которую понесут потребители, получившие кредит в ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК», формируется из тех выплат, которые осуществит заёмщик по кредитному договору в течение срока, на который выдан кредит, исходя из суммы кредита.

К условиям, определяющим стоимость кредита для заёмщика, относятся сумма кредита, срок кредитного договора, процентная ставка, единовременные и периодически взимаемые платежи, а также иные условия, если их включение в кредитный договор может повлиять на сумму денежных средств, которую заёмщик должен выплатить кредитору по кредитному договору.

В рекламе потребительского кредита для физических лиц ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» под заголовками «1 000 000 за 15 тыс. руб. в месяц» содержится указание на такие условия, влияющие на фактическую стоимость кредита или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся кредитом лица, как сумма кредита.

В рекламе потребительского кредита для физических лиц ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» под заголовком «15 % без комиссий. Распродажа кредитов» содержится указание на такое условие, влияющее на фактическую стоимость кредита или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся кредитом лица, как процентная ставка по кредиту.

В рассматриваемой рекламе потребительских кредитов выделено наиболее привлекательное для потребителей условие – процентная ставка по кредиту или сумма кредита.

Вместе с тем иные условия, влияющие и определяющие стоимость кредита и расходы по кредиту, в рекламе кредитов под заголовками «1 000 000 за 15 тыс. руб. в месяц» и «15 % без комиссий. Распродажа кредитов» указаны формально и не могут быть восприняты потребителями, поскольку данные сведения предоставляются потребителям на красном фоне мелким шрифтом белого цвета.

Так, в рекламе под заголовком «1 000 000 за 15 тыс. руб. в месяц» нечитаемым шрифтом процентная ставка по кредиту и срок кредита, а в рекламе под заголовком «15 % без комиссий. Распродажа кредитов» - сумма и срок кредита, которые являются условиями, влияющими и определяющими стоимость кредита и расходы по кредиту.

Текст с данными условиями расположен в нижней части рекламы, визуально отделен от иной информации и составляет 1/7 часть от общей площади рекламы, что с учетом размещения рекламы на рекламных конструкциях не позволяет потребителям воспринимать (прочитать) данный текст в отличие от информации о сумме кредита или процентной ставке по кредиту, которая в рекламе приводится крупным шрифтом.

Указание в рекламе потребительского кредита для физических лиц ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» под заголовками «1 000 000 за 15 тыс. руб. в месяц» и под заголовками «1 000 000 за 15 тыс. руб. в месяц» и «15 % без комиссий. Распродажа кредитов» лишь отдельного условия кредита само по себе не позволяет потребителю, проявляющему интерес к рекламируемой услуге, получить достаточные сведения о данной услуге, что способствует формированию у него неверных представлений о сумме денежных средств, расход которой потребуется для пользования рекламируемыми кредитами.

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, реклама предназначается 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.

То обстоятельство, 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.

С учётом изложенного в случае, когда условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, отсутствие которой способно обмануть их ожидания, сформированные данной рекламой, формально присутствовали в рекламе, однако форма представления сведений такова, что данная информация не может быть воспринята потребителями, следует признавать, что данные сведения не были доведены до неопределённого круга лиц надлежащим образом, в связи с чем потребитель фактически не получил предусмотренную законом информацию.

Таким образом, в рекламе потребительских кредитов ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» под заголовками «1 000 000 за 15 тыс. руб. в месяц» и «15 % без комиссий. Распродажа кредитов» при указании одного из условий кредита (соответственно суммы кредита и процентной ставки по кредиту) иные условия, определяющие стоимость кредита и расходы по кредиту, такие как срок и сумма кредита, процентная ставка по кредиту, не могут быть восприняты потребителями, и соответственно, отсутствуют.

С учетом изложенного, в рекламной кампании потребительских кредитов ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» под заголовками «1 000 000 за 15 тыс. руб. в месяц» и «15 % без комиссий. Распродажа кредитов», распространявшейся в январе – марте 2011 года на рекламных конструкциях и в Московском метрополитене, содержатся признаки нарушения пункта 2 части 2, части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

В рекламе потребительского кредита ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» с утверждением «Кредит без переплаты», распространявшейся посредством буклетов в магазинах «Алеф» и «Форема» на территории г. Москва в октябре 2011 года, при указании срока и суммы кредитного договора, отсутствует информация о размере процентной ставки по кредиту, являющейся условием, определяющим стоимость кредита для заёмщика.

Таким образом, в рекламе потребительского кредита ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» с утверждением «Кредит без переплаты», распространявшейся посредством буклетов в магазинах «Алеф» и «Форема» на территории г. Москва в октябре 2011 года содержатся признаки нарушения части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Рекламные кампании вкладов ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» под условными заголовками «Открой вклад – выиграй 3D кинотеатр» и «Открой вклад – выиграй праздник на 100 000 рублей!» сообщали о проведении стимулирующих мероприятий «Открой вклад – выиграй приз!» и «Праздник от МКБ!», условием участия в которых являлось открытие вклада в ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК». При этом часть рекламных материалов содержала указание на процентную ставку по вкладу – 9,25% и 11% соответственно.

Реклама вкладов ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» под заголовком «Открой

вклад – выиграй 3D кинотеатр» без указания процентной ставки по вкладу распространялась с марта по 14 июня 2011 года на рекламных конструкциях, в печатных средствах массовой информации и посредством листовок в офисах банка на территории г. Москвы и Московской области.

Реклама вкладов ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» под заголовком «Открой вклад – выиграй 3D кинотеатр» с указанием процентной ставки по вкладу – 9,25% распространялась в апреле 2011 года на рекламных конструкциях и в печатных средствах массовой информации на территории г. Москвы и Московской области.

Реклама вкладов ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» под заголовком «Открой вклад – выиграй праздник на 100 000 рублей!» без указания процентной ставки по вкладу распространялась в ноябре 2010 года - феврале 2011 года на рекламных конструкциях и посредством листовок в офисах банка на территории Москвы и Московской области.

Реклама вкладов ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» под заголовком «Открой вклад – выиграй праздник на 100 000 рублей!» с указанием процентной ставки по вкладу – 11% распространялась в октябре 2010 года - январе 2011 года на рекламных конструкциях на территории Москвы и Московской области.

К условиям, влияющим на сумму доходов, которые получают лица, воспользовавшиеся рекламируемыми вкладами ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК», относятся сумма вклада, срок договора банковского вклада, процентная ставка по вкладу, а также иные условия, если их включение в договор банковского вклада может повлиять на сумму денежных средств, которую получают данные лица. Вместе с тем в рекламе вкладов ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» под заголовками «Открой вклад – выиграй 3D кинотеатр» с указанием процентной ставки по вкладу – 9,25% и «Открой вклад – выиграй праздник на 100 000 рублей!» с указанием процентной ставки по вкладу – 11%, распространявшейся на рекламных конструкциях, остальные условия, влияющие на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся финансовой услугой лица, такие как сумма вклада и срок договора банковского вклада, указаны формально (мелким нечитаемым шрифтом) и не могут быть восприняты потребителями в виду следующих обстоятельств.

Текст с данными условиями выполнен красным цветом на неоднородном серо-бежевом фоне, размер его шрифта значительно меньше, чем размер шрифта, которым указана процентная ставка и возможности получить приз, текст расположен в нижней части рекламы, визуально отделен от иной информации и составляет 1/6 часть от общей площади рекламы, что с учетом размещения на рекламных конструкциях не позволяет потребителям воспринимать (прочитать) данный текст в отличие от информации о процентной ставке по вкладу и возможности получить приз, которые приводятся крупным шрифтом на контрастном фоне.

Таким образом форма представления сведений на рекламных конструкциях такова, что данная информация не может быть воспринята потребителями, и соответственно, следует признавать, что данные сведения не были доведены до неопределённого круга лиц надлежащим образом, в связи с чем потребитель фактически не получил предусмотренную законом информацию.

С учетом изложенного, в рекламе вкладов ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» под заголовками «Открой вклад – выиграй 3D кинотеатр» с указанием процентной ставки по вкладу – 9,25%, и «Открой вклад – выиграй праздник на 100 000 рублей!» с указанием процентной ставки по вкладу – 11%, распространявшейся на рекламных конструкциях, содержатся признаки нарушения пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Согласно пункту 15 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о правилах и сроках проведения стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, в том числе о сроках окончания приема заявок на участие в нем, количестве призов или выигрышей по его результатам, сроках, месте и порядке их получения, а также об источнике информации о таком мероприятии.

В рекламе вкладов ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» под заголовком «Открой вклад – выиграй 3D кинотеатр», размещенной на рекламных конструкциях, в печатных средствах массовой информации и посредством листовок в офисах банка на территории г. Москвы и Московской области, сообщалось о проведении стимулирующей лотереи «Открой вклад – выиграй приз!», по условиям которой призовой фонд лотереи составляет шесть денежных призов и замена другими призами не производится.

Следовательно, в данной рекламе под заголовком «Открой вклад – выиграй 3D кинотеатр» содержится недостоверная информация о возможности получения в качестве приза 3D кинотеатра, т.е. о правилах проведения стимулирующей лотереи.

С учетом изложенного, в рекламе содержатся признаки нарушения пункта 15 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно статье 9 Федерального закона «О рекламе» в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее - стимулирующее мероприятие), должны быть указаны:

- 1) сроки проведения такого мероприятия;
- 2) источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

Вместе с тем в рекламных листовках с рекламой вкладов ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» под заголовком «Открой вклад – выиграй 3D кинотеатр» и «Открой вклад – выиграй праздник на 100 000 рублей!» отсутствует указание на источник информации об организаторе стимулирующей лотереи и правилах ее проведения.

В рекламе вкладов ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» под заголовком «Открой вклад – выиграй 3D кинотеатр» и «Открой вклад – выиграй праздник на 100 000 рублей!», размещенной на рекламных конструкциях, информация о сроках проведения стимулирующей лотереи, а также источник информации об организаторе, о правилах его проведения, количестве призов или выигрыше по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения в рекламе указана формально (мелким нечитаемым) и не может быть воспринята потребителями в виду следующих обстоятельств.

Текст с данной информацией выполнен красным цветом на неоднородном серо-бежевом фоне, размер его шрифта значительно меньше, чем размер шрифта, которым указано на возможность получения приза, текст расположен в нижней части рекламы, визуальнo отделен от иной информации и составляет 1/6 часть от общей площади рекламы, что с учетом размещения на рекламных конструкциях не позволяет потребителям воспринимать (прочитать) данный текст в отличие от иной информации, которая в рекламе приводится крупным шрифтом на контрастном фоне.

Таким образом форма представления сведений на рекламных конструкциях такова, что данная информация не может быть воспринята потребителями, и

соответственно, следует признавать, что данные сведения не были доведены до неопределённого круга лиц надлежащим образом, в связи с чем потребитель фактически не получил предусмотренную законом информацию.

С учетом изложенного, в рекламе вкладов ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» под заголовками «Открой вклад – выиграй 3D кинотеатр», распространявшейся в период с марта по май 2011 года, и «Открой вклад – выиграй праздник на 100 000 рублей!», распространявшейся в период с октября 2010 года по февраль 2011 года, на рекламных конструкциях и посредством листовок в офисах банка на территории г. Москвы и Московской области, содержатся признаки нарушения части 1 и части 2 статьи 9 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со статьёй 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодаделец несёт ответственность за нарушение требований законодательства Российской Федерации о рекламе, установленных пунктом 15 части 3 статьи 5, частью 1 и частью 2 статьи 9, пунктом 2 части 2 и частью 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» несёт рекламодаделец.

Рекламодателем указанной рекламы является ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» (адрес: Луков пер., д. 2, стр. 1 г. Москва, 107045, ИНН 7734202860).

Руководствуясь пунктом 15 части 3 статьи 5, частью 1 и частью 2 статьи 9, частью 2 и частью 3 статьи 28 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 вкладов ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» под заголовком «Открой вклад – выиграй 3D кинотеатр» с указанием процентной ставки по вкладу - 9,25%, распространявшуюся в апреле 2011 года на рекламных конструкциях на территории г. Москвы и Московской области, а также под заголовком «Открой вклад – выиграй праздник на 100 000 рублей!» с указанием на процентную ставку по вкладу – 11%, распространявшуюся в октябре 2010 года - январе 2011 года на территории Москвы и Московской области на рекламных конструкциях, поскольку в ней нарушены требования пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», а именно, при указании одного из условий вклада не приводятся все условия, влияющие на сумму доходов, которые получают лица, воспользовавшиеся данной финансовой услугой.

2. Признать ненадлежащей рекламу вкладов ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» под заголовком «Открой вклад – выиграй 3D кинотеатр», распространявшуюся в период с марта по май 2011 года на рекламных конструкциях и посредством листовок в офисах банка на территории г. Москвы и Московской области, а также под заголовком «Открой вклад – выиграй праздник на 100 000 рублей!», распространявшуюся в ноябре 2010 года - феврале 2011 года на территории Москвы и Московской области на рекламных конструкциях и посредством листовок в офисах банка, поскольку в ней нарушены требования части 1 и части 2 статьи 9 Федерального закона «О рекламе», а именно, в рекламе отсутствует информация о сроках проведения стимулирующей лотереи, а также не указан источник информации об организаторе, о правилах его проведения, количестве призов или выигрыше по результатам такого мероприятия, сроках месте и порядке их получения.

3. Признать ненадлежащей рекламу вкладов ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» под заголовком «Открой вклад – выиграй 3D кинотеатр», распространявшейся в период с марта по май 2011 года на рекламных

конструкциях и посредством листовок в офисах банка на территории г. Москвы и Московской области, поскольку в ней нарушены требования пункта 15 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», а именно, в рекламе содержится недостоверная информация о возможности заявленного в рекламе выигрыша.

4. Признать ненадлежащей рекламную кампанию потребительских кредитов для физических лиц ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» под заголовками «1 000 000 за 15 тыс. руб. в месяц» и «15 % без комиссий. Распродажа кредитов», распространявшуюся в период с января по март 2011 года на рекламных конструкциях и в Московском метрополитене на территории г. Москвы и Московской области, поскольку в ней нарушены требования пункта 2 части 2 и части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», а именно, при указании одного из условий кредита не приводятся все условия, влияющие на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, а также определяющие фактическую стоимость кредита.

5. Признать ненадлежащей рекламу потребительского кредита для физических лиц ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» с утверждением «Кредит без переплаты», распространявшейся посредством буклетов в магазинах «Алеф» и «Форема» на территории г. Москва в октябре 2011 года, поскольку в ней нарушены требования части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», а именно, при указании одного из условий кредита не приводятся все условия, влияющие на сумму расходов, которую понесут потребители.

6. Выдать ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» предписание о прекращении нарушения пункта 15 части 3 статьи 5, части 1 и части 2 статьи 9, пункта 2 части 2 и части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

7. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу ФАС России для возбуждения дел об административном правонарушении, предусмотренных статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении рекламодача – ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК».

Решение изготовлено в полном объеме «19» января 2011 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

ПРЕДПИСАНИЕ
о прекращении нарушения
законодательства Российской Федерации о рекламе
по делу № РЦ.08.11.50
12 января 2012 г. г. Москва

Комиссия ФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

<...>,

на основании своего решения от 12 января 2012 г. по делу № РЦ.08.11.50 о признании ненадлежащей рекламы в рамках рекламных кампаний кредитов и вкладов для физических лиц ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК», распространявшейся на территории Российской Федерации, и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел,

возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» (адрес: Луков пер., д. 2, стр. 1 г. Москва, 107045, ИНН 7734202860) прекратить нарушение требований пункта 15 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», выразившееся в распространении рекламы вкладов ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» под заголовком «Открой вклад – выиграй 3D кинотеатр» в период с марта по май 2011 года на рекламных конструкциях и посредством листовок в офисах банка на территории г. Москвы и Московской области, поскольку в ней содержится указание недостоверной информации о возможности заявленного в рекламе выигрыша.

2. ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» (адрес: Луков пер., д. 2, стр. 1 г. Москва, 107045, ИНН 7734202860) прекратить нарушение требований части 1 и части 2 статьи 9 Федерального закона «О рекламе», выразившееся в распространении рекламы вкладов ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» под заголовком «Открой вклад – выиграй 3D кинотеатр» в период с марта по май 2011 года на рекламных конструкциях и посредством листовок в офисах банка на территории г. Москвы и Московской области, а также под заголовком «Открой вклад – выиграй праздник на 100 000 рублей!», в ноябре 2010 года - феврале 2011 года на территории Москвы и Московской области на рекламных конструкциях и посредством листовок в офисах банка, поскольку в рекламе отсутствует информация о сроках проведения стимулирующей лотереи, а также не указан источник информации об организаторе, о правилах его проведения, количестве призов или выигрыше по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

3. ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» (адрес: Луков пер., д. 2, стр. 1 г. Москва, 107045, ИНН 7734202860) прекратить нарушение требований пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», выразившееся в распространении рекламы вкладов ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» под заголовком «Открой вклад – выиграй 3D кинотеатр» с указанием процентной ставки по вкладу - 9,25% в апреле 2011 года на рекламных конструкциях на территории г. Москвы и Московской области, а также под заголовком «Открой вклад – выиграй праздник на 100 000 рублей!» с указанием на процентную ставку по вкладу – 11% в октябре 2010 года - январе 2011 года на территории Москвы и Московской области на рекламных конструкциях, поскольку в рекламе при указании одного из условий вклада не приводятся все условия, влияющие на сумму доходов, которые получают лица, воспользовавшиеся данной финансовой услугой.

4. ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» (адрес: Луков пер., д. 2, стр. 1 г. Москва, 107045, ИНН 7734202860) прекратить нарушение требований пункта 2 части 2 и части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», выразившееся в распространении рекламы кредитов под заголовками «1 000 000 за 15 тыс. руб. в месяц» и «15 % без комиссий. Распродажа кредитов» в период с января по март 2011 года на рекламных конструкциях и в Московском метрополитене на территории г. Москвы и Московской области, поскольку в рекламе при указании одного из условий кредита не приводятся все условия, влияющие на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, а также определяющие фактическую стоимость кредита.

5. ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» (адрес: Луков пер., д. 2, стр. 1 г. Москва, 107045, ИНН 7734202860) прекратить нарушение требований части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», выразившееся в распространении рекламы кредита для физических лиц с утверждением «Кредит без переплаты» посредством буклетов в магазинах «Алеф» и «Форема» на территории г. Москва в октябре 2011

года, поскольку в рекламе при указании одного из условий кредита не приводятся все условия, влияющие на сумму расходов, которую понесут потребители.

Срок исполнения предписания 30 дней со дня получения настоящего предписания.
6. ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» представить в ФАС России письменные доказательства исполнения пунктов 1, 2, 3 настоящего предписания до 15 марта 2012 года.

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

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

ПОСТАНОВЛЕНИЕ
о наложении штрафа по делу № РЦ.08.11.50/1
об административном правонарушении
26 января 2012 г. г. Москва

Заместитель руководителя Федеральной антимонопольной службы Кашеваров А.Б., рассмотрев протокол и материалы дела № РЦ.08.11.50/1, возбуждённого в отношении Открытого акционерного общества «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» (ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК») (адрес: Луков пер., д. 2, стр. 1 г. Москва, 107045, ИНН 7734202860) в присутствии законного представителя ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» - Мишуриной И.Б. (доверенность № 8218/2011 от 19.12.2011),

УСТАНОВИЛ:

В ходе контрольных мероприятий по проверке рекламы ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» на предмет соответствия законодательству Российской Федерации о рекламе, проведённых ФАС России с 06 июня 2011 г. по 14 июня 2011 г., было выявлено, что в период с января по июнь 2011 года на территории г. Москвы и Московской области распространялась рекламная кампания кредитов ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК».

Кроме того, в адрес ФАС России поступило заявление гражданина с указанием на признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в рекламе кредита ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» с утверждением «Кредит без переплаты».

Реклама потребительских кредитов для физических лиц ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» под заголовками «1 000 000 за 15 тыс. руб. в месяц» и «15 % без комиссий. Распродажа кредитов» осуществлялась в январе – марте 2011 года на рекламных конструкциях и в Московском метрополитене на территории г. Москва и Московской области.

Реклама кредита ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» с утверждением «Кредит без переплаты» распространялась посредством буклетов в магазинах «Алеф» и

«Форема» на территории г. Москва в октябре 2011 года.

Согласно пункту 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Федеральный закон «О рекламе») реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

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 заёмщика и влияющие на неё.

Сумма расходов, которую понесут потребители, получившие кредит в ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК», формируется из тех выплат, которые осуществит заёмщик по кредитному договору в течение срока, на который выдан кредит, исходя из суммы кредита.

К условиям, определяющим стоимость кредита для заёмщика, относятся сумма кредита, срок кредитного договора, процентная ставка, единовременные и периодически взимаемые платежи, а также иные условия, если их включение в кредитный договор может повлиять на сумму денежных средств, которую заёмщик должен выплатить кредитору по кредитному договору.

В рекламе потребительского кредита для физических лиц ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» под заголовком «1 000 000 за 15 тыс. руб. в месяц» содержится указание на такие условия, влияющие на фактическую стоимость кредита или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся кредитом лица, как сумма кредита.

В рекламе потребительского кредита для физических лиц ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» под заголовком «15 % без комиссий. Распродажа кредитов» содержится указание на такое условие, влияющее на фактическую стоимость кредита или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся кредитом лица, как процентная ставка по кредиту.

В рассматриваемой рекламе потребительских кредитов выделено наиболее привлекательное для потребителей условие – процентная ставка по кредиту или сумма кредита.

Вместе с тем иные условия, влияющие и определяющие стоимость кредита и расходы по кредиту, в рекламе кредитов под заголовками «1 000 000 за 15 тыс. руб. в месяц» и «15 % без комиссий. Распродажа кредитов» указаны формально и не могут быть восприняты потребителями, поскольку данные сведения предоставляются потребителям на красном фоне мелким шрифтом белого цвета.

Так, в рекламе под заголовком «1 000 000 за 15 тыс. руб. в месяц» нечитаемым шрифтом указана процентная ставка по кредиту и срок кредита, а в рекламе под заголовком «15 % без комиссий. Распродажа кредитов» - сумма и срок кредита, которые являются условиями, влияющими и определяющими стоимость кредита и расходы по кредиту.

Текст с данными условиями расположен в нижней части рекламы, визуально отделен от иной информации и составляет 1/7 часть от общей площади рекламы, что с учетом размещения рекламы на рекламных конструкциях не позволяет потребителям воспринимать (прочитать) данный текст в отличие от информации о сумме кредита или процентной ставке по кредиту, которая в рекламе приводится крупным шрифтом.

Указание в рекламе потребительского кредита для физических лиц ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» под заголовками «1 000 000 за 15 тыс. руб. в месяц» и «15 % без комиссий. Распродажа кредитов» лишь отдельного условия кредита само по себе не позволяет потребителю, проявляющему интерес к рекламируемой услуге, получить достаточные сведения о данной услуге, что способствует формированию у него неверных представлений о сумме денежных средств, расход которой потребует для пользования рекламируемыми кредитами.

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, реклама предназначается 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.

То обстоятельство, 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.

С учётом изложенного в случае, когда условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, отсутствие которой способно обмануть их ожидания, сформированные данной рекламой, формально присутствовали в рекламе, однако форма представления сведений такова, что данная информация не может быть воспринята потребителями, следует признавать, что данные сведения не были доведены до неопределённого круга лиц надлежащим образом, в связи с чем потребитель фактически не получил предусмотренную законом информацию.

Таким образом, в рекламе потребительских кредитов ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» под заголовками «1 000 000 за 15 тыс. руб. в месяц» и «15 % без комиссий. Распродажа кредитов» при указании одного из условий кредита (соответственно суммы кредита и процентной ставки по кредиту) иные условия, определяющие стоимость кредита и расходы по кредиту, такие как срок и сумма кредита, процентная ставка по кредиту, не могут быть восприняты потребителями, и соответственно, отсутствуют.

С учетом изложенного, рекламная кампания потребительских кредитов ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» под заголовками «1 000 000 за 15 тыс. руб. в месяц» и «15 % без комиссий. Распродажа кредитов», распространявшаяся в январе – марте 2011 года на рекламных конструкциях и в Московском метрополитене, нарушает пункт 2 части 2, часть 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

В рекламе потребительского кредита ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» с утверждением «Кредит без переплаты», распространявшейся посредством буклетов в магазинах «Алеф» и «Форема» на территории г. Москва в октябре 2011 года, при указании срока и суммы кредитного договора отсутствует информация о размере процентной ставки по кредиту, являющейся условием, определяющим стоимость кредита для заёмщика.

Таким образом, реклама потребительского кредита ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» с утверждением «Кредит без переплаты», распространявшаяся

посредством буклетов в магазинах «Алеф» и «Форема» на территории г. Москва в октябре 2011 года, нарушает часть 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе». В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодаделец несёт ответственность за нарушение требований законодательства Российской Федерации о рекламе, установленных статьёй 28 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на юридических лиц в размере от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Рекламодателем указанной рекламы является ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» (адрес: Луков пер., д. 2, стр. 1 г. Москва, 107045, ИНН 7734202860).

ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» имело возможность для соблюдения требований законодательства Российской Федерации о рекламе, однако обществом не были приняты меры по соблюдению его требований.

Таким образом, установлена вина ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» в нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения в период с января по июнь 2011 года на территории г. Москвы и Московской области рекламной кампании кредитов ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» под заголовками «1 000 000 за 15 тыс. руб. в месяц» и «15 % без комиссий. Распродажа кредитов», а также рекламы потребительского кредита ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» с утверждением «Кредит без переплаты», распространявшаяся в октябре 2011 года на территории г. Москва.

Руководствуясь пунктом 2 части 2, частью 3 статьи 28, статьёй 33 ФЗ «О рекламе», статьями 14.3, 23.48, 28.9, пунктом 1 статьи 29.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Применить к ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» меры административной ответственности в виде штрафа за нарушение законодательства о рекламе в размере 110 тысяч рублей.

2. Сумму штрафа надлежит уплатить по следующим реквизитам:

Получатель: УФК МФ РФ по г. Москве (для ФАС России)

Банк получателя: Отделение 1 Московского ГТУ Банка России г. Москва

ИНН 7703516539

КПП 770301001

БИК 044583001

р/с 40101810800000010041

КБК 161 116 26000 01 6000 140

ОКАТО 45286575000

Согласно пункту 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлечённым к административной ответственности, не позднее тридцати дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьёй 31.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В трёхдневный срок со дня уплаты штрафа ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» просьба представить в Федеральную антимонопольную службу надлежащим образом заверенные копии платёжных документов.

В соответствии с пунктом 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления. Жалоба на постановление по делу об административном правонарушении подается вышестоящему должностному лицу либо в суд в порядке, предусмотренном главой 30 КоАП.

ПОСТАНОВЛЕНИЕ
о наложении штрафа по делу № РЦ.08.11.50/2
об административном правонарушении
26 января 2012 г. г. Москва

Заместитель руководителя Федеральной антимонопольной службы Кашеваров А.Б., рассмотрев протокол и материалы дела № РЦ.08.11.50/2, возбуждённого в отношении Открытого акционерного общества «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» (ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК») (адрес: Луков пер., д. 2, стр. 1 г. Москва, 107045, ИНН 7734202860) в присутствии законного представителя ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» - <...> (доверенность № 8218/2011 от 19.12.2011),

УСТАНОВИЛ:

В ходе контрольных мероприятий по проверке рекламы ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» на предмет соответствия законодательству Российской Федерации о рекламе, проведённых ФАС России с 06 июня 2011 г. по 14 июня 2011 г., было выявлено, что в период с января по июнь 2011 года на территории г. Москвы и Московской области распространялась рекламная кампания вкладов ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК».

Реклама вкладов ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» под условными заголовками «Открой вклад – выиграй 3D кинотеатр» и «Открой вклад – выиграй праздник на 100 000 рублей!» сообщала о проведении стимулирующих мероприятий «Открой вклад – выиграй приз!» и «Праздник от МКБ!», условием участия в которых являлось открытие вклада в ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК». При этом часть рекламных материалов содержала указание на процентную ставку по вкладу – 9,25% и 11% соответственно.

Реклама вкладов ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» под заголовком «Открой вклад – выиграй 3D кинотеатр» без указания процентной ставки по вкладу распространялась с марта по 14 июня 2011 года на рекламных конструкциях, в печатных средствах массовой информации и посредством листовок в офисах банка на территории г. Москвы и Московской области.

Реклама вкладов ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» под заголовком «Открой вклад – выиграй 3D кинотеатр» с указанием процентной ставки по вкладу – 9,25% распространялась в апреле 2011 года на рекламных конструкциях и в печатных средствах массовой информации на территории г. Москвы и Московской области.

Реклама вкладов ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» под заголовком «Открой вклад – выиграй праздник на 100 000 рублей!» без указания процентной ставки по вкладу распространялась в ноябре 2010 года - феврале 2011 года на рекламных конструкциях и посредством листовок в офисах банка на территории Москвы и Московской области.

Реклама вкладов ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» под заголовком «Открой вклад – выиграй праздник на 100 000 рублей!» с указанием процентной ставки по вкладу – 11% распространялась в октябре 2010 года - январе 2011 года на рекламных конструкциях на территории Москвы и Московской области.

Согласно пункту 2 части 2 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Федеральный закон «О рекламе») реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

К условиям, влияющим на сумму доходов, которые получают лица, воспользовавшиеся рекламируемыми вкладами ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК», относятся сумма вклада, срок договора банковского вклада, процентная ставка по вкладу, а также иные условия, если их включение в договор банковского вклада может повлиять на сумму денежных средств, которую получают данные лица. В рекламе вкладов ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» под заголовками «Открой вклад – выиграй 3D кинотеатр» с указанием процентной ставки по вкладу – 9,25% и «Открой вклад – выиграй праздник на 100 000 рублей!» с указанием процентной ставки по вкладу – 11%, распространявшейся на рекламных конструкциях содержится указание на такое условие, влияющее на сумму доходов, которые получают лица, воспользовавшиеся рекламируемыми вкладами, как процентная ставка по вкладу.

В рассматриваемой рекламе вкладов выделено наиболее привлекательное для потребителей условие – процентная ставка по вкладу.

Вместе с тем в рекламе вкладов под заголовками «Открой вклад – выиграй 3D кинотеатр» с указанием процентной ставки по вкладу – 9,25% и «Открой вклад – выиграй праздник на 100 000 рублей!» с указанием процентной ставки по вкладу – 11%, распространявшейся на рекламных конструкциях, остальные условия, влияющие на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся финансовой услугой лица, такие как сумма вклада и срок договора банковского вклада, указаны формально (мелким нечитаемым шрифтом) и не могут быть восприняты потребителями в виду следующих обстоятельств.

Текст с данными условиями выполнен красным цветом на неоднородном серо-бежевом фоне, размер его шрифта значительно меньше, чем размер шрифта, которым указана процентная ставка и возможность получить приз, текст расположен в нижней части рекламы, визуально отделен от иной информации и составляет 1/6 часть от общей площади рекламы, что с учетом размещения на рекламных конструкциях не позволяет потребителям воспринимать (прочитать) данный текст в отличие от информации о процентной ставке по вкладу и возможности получить приз, которые приводятся крупным шрифтом на контрастном фоне.

Указание в рекламе вкладов ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» под заголовками «Открой вклад – выиграй 3D кинотеатр» с указанием процентной ставки по вкладу – 9,25% и «Открой вклад – выиграй праздник на 100 000 рублей!» с указанием процентной ставки по вкладу – 11% лишь отдельного условия вклада

само по себе не позволяет потребителю, проявляющему интерес к рекламируемой услуге, получить достаточные сведения о данной услуге, что способствует формированию у него неверных представлений о сумме дохода, которую получают лица, воспользовавшиеся данной финансовой услугой.

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, реклама предназначается 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.

То обстоятельство, 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.

С учётом изложенного в случае, когда условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, отсутствие которой способно обмануть их ожидания, сформированные данной рекламой, формально присутствовали в рекламе, однако форма представления сведений такова, что данная информация не может быть воспринята потребителями, следует признавать, что данные сведения не были доведены до неопределённого круга лиц надлежащим образом, в связи с чем потребитель фактически не получил предусмотренную законом информацию.

Таким образом, форма представления сведений о сумме и сроках вклада на рекламных конструкциях такова, что данная информация не может быть воспринята потребителями, и соответственно, следует признавать, что данные сведения не были доведены до неопределённого круга лиц надлежащим образом, в связи с чем потребитель фактически не получил предусмотренную законом информацию.

С учётом изложенного, реклама вкладов ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» под заголовками «Открой вклад – выиграй 3D кинотеатр» с указанием процентной ставки по вкладу – 9,25%, и «Открой вклад – выиграй праздник на 100 000 рублей!» с указанием процентной ставки по вкладу – 11%, распространявшаяся на рекламных конструкциях, нарушает пункт 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Согласно пункту 15 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о правилах и сроках проведения стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, в том числе о сроках окончания приема заявок на участие в нем, количестве призов или выигрышей по его результатам, сроках, месте и порядке их получения, а также об источнике информации о таком мероприятии.

В рекламе вкладов ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» под заголовком «Открой вклад – выиграй 3D кинотеатр», размещенной на рекламных конструкциях, в печатных средствах массовой информации и посредством листовок в офисах банка на территории г. Москвы и Московской области, сообщалось о проведении стимулирующей лотереи «Открой вклад – выиграй приз!», по условиям которой

призовой фонд лотереи составляет шесть денежных призов и замена другими призами не производится.

Следовательно, в данной рекламе под заголовком «Открой вклад – выиграй 3D кинотеатр» содержится недостоверная информация о возможности получения в качестве приза 3D кинотеатра, т.е. о правилах проведения стимулирующей лотереи.

С учетом изложенного, реклама нарушает пункт 15 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно статье 9 Федерального закона «О рекламе» в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее - стимулирующее мероприятие), должны быть указаны:

1) сроки проведения такого мероприятия;

2) источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

Вместе с тем в рекламных листовках с рекламой вкладов ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» под заголовком «Открой вклад – выиграй 3D кинотеатр» и «Открой вклад – выиграй праздник на 100 000 рублей!» отсутствует указание на источник информации об организаторе стимулирующей лотереи и правилах ее проведения.

В рекламе вкладов ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» под заголовком «Открой вклад – выиграй 3D кинотеатр» и «Открой вклад – выиграй праздник на 100 000 рублей!», размещенной на рекламных конструкциях, информация о сроках проведения стимулирующей лотереи, а также источник информации об организаторе, о правилах его проведения, количестве призов или выигрыше по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения в рекламе указана формально (мелким нечитаемым) и не может быть воспринята потребителями в виду следующих обстоятельств.

Текст с данной информацией выполнен красным цветом на неоднородном серо-бежевом фоне, размер его шрифта значительно меньше, чем размер шрифта, которым указано на возможность получения приза, текст расположен в нижней части рекламы, визуально отделен от иной информации и составляет 1/6 часть от общей площади рекламы, что с учетом размещения на рекламных конструкциях не позволяет потребителям воспринимать (прочитать) данный текст в отличие от иной информации, которая в рекламе приводится крупным шрифтом на контрастном фоне.

Таким образом, форма представления обязательных сведений, предусмотренных статьей 9 Федерального закона «О рекламе», на рекламных конструкциях такова, что данная информация не может быть воспринята потребителями, и соответственно, следует признавать, что данные сведения не были доведены до неопределённого круга лиц надлежащим образом, в связи с чем потребитель фактически не получил предусмотренную законом информацию.

С учетом изложенного, реклама вкладов ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» под заголовками «Открой вклад – выиграй 3D кинотеатр», распространявшаяся в период с марта по май 2011 года, и «Открой вклад – выиграй праздник на 100 000 рублей!», распространявшаяся в период с октября 2010 года по февраль 2011 года, на рекламных конструкциях и посредством листовок в офисах банка на территории г. Москвы и Московской области, нарушает часть 1 и часть 2 статьи 9 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со статьёй 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несёт ответственность за нарушение требований законодательства Российской Федерации о рекламе, установленных пунктом 15 части 3 статьи 5, частью 1 и частью 2 статьи 9, пунктом 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на юридических лиц в размере от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Рекламодателем указанной рекламы является ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» (адрес: Луков пер., д. 2, стр. 1 г. Москва, 107045, ИНН 7734202860).

ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» имело возможность для соблюдения требований законодательства Российской Федерации о рекламе, однако обществом не были приняты меры по соблюдению его требований.

Таким образом, установлена вина ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» в нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения в период с января по июнь 2011 года на территории г. Москвы и Московской области рекламной кампании вкладов ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» под заголовками «Открой вклад – выиграй 3D кинотеатр» и «Открой вклад – выиграй праздник на 100 000 рублей!».

Руководствуясь пунктом 15 части 3 статьи 5, частью 1 и частью 2 статьи 9, пунктом 2 части 2, частью 3 статьи 28, статьёй 33 ФЗ «О рекламе», статьями 14.3, 23.48, 28.9, пунктом 1 статьи 29.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Применить к ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» меры административной ответственности в виде штрафа за нарушение законодательства о рекламе в размере 110 тысяч рублей.

2. Сумму штрафа надлежит уплатить по следующим реквизитам:

Получатель: УФК МФ РФ по г. Москве (для ФАС России)

Банк получателя: Отделение 1 Московского ГТУ Банка России г. Москва

ИНН 7703516539

КПП 770301001

БИК 044583001

р/с 40101810800000010041

КБК 161 116 26000 01 6000 140

ОКАТО 45286575000

Согласно пункту 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлечённым к административной ответственности, не позднее тридцати дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьёй 31.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В трёхдневный срок со дня уплаты штрафа ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК» просьба представить в Федеральную антимонопольную службу надлежащим

образом заверенные копии платёжных документов.

В соответствии с пунктом 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления. Жалоба на постановление по делу об административном правонарушении подается вышестоящему должностному лицу либо в суд в порядке, предусмотренном главой 30 КоАП.

Перечень территориальных органов ФАС России с их актуальными адресами можно скачать внизу страницы