

## РЕШЕНИЕ

по делу № 08-04-15/15/1

26 января 2016 года

г. Мурманск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), в составе:

председатель комиссии – заместителя руководителя управления Попова И.Н.,

члены комиссии: главный специалист-эксперт Мороз С.В. ведущий специалист-эксперт Мареха Д.А. (далее - Комиссия),

рассмотрев материалы дела № 08-04-15/15/1 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в присутствии представителей общества с ограниченной ответственностью Рекламная компания «Идея» по доверенности от 14.12.2015 <...>, <...>, представителей индивидуального предпринимателя Горяникова И.В. по доверенностям от 25.01.2016 <...> и <...>, в отсутствии представителя ПАО «Лето Банк», в действиях которого усматриваются признаки нарушения рекламного законодательства.

### УСТАНОВИЛА:

Управление Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области в ходе мониторинга наружной рекламы 26.02.2015 года выявила рекламу: «Лето Банк. Сколько взял столько и отдал. По лето карте 0%» далее нечитаемый мелкий шрифт: «Действительно для продукта «Лето-карта» при условии безналичной оплаты товаров/услуг по карте и полном погашении в дату платежа задолженности, образовавшейся за предшествующий расчетный период, в котором были совершены такие операции. Беспроцентный период равен 24 месяца с даты совершения операции по карте. Процентная ставка по кредиту равна ставке рефинансирования Банка России на дату заключения кредитного договора. Срок договора 30 лет, минимальный ежемесячный платеж 10% от кредитного лимита. Кредитный лимит от 5000 до 15000 рублей. Комиссия за оформления карты 300 рублей, при оформлении карты на стойках продаж Банка до 31.12.2014г не взимается. Комиссия за каждую операцию снятия наличных - 300 рублей. Комиссия за проведение каждой иной расходной операции (за исключением оплаты товаров/услуг)-3.3%, минимум 300 рублей. Ежемесячная комиссия за обслуживание карты 300 рублей, не взимается при отсутствии на дату платежа задолженности, образовавшейся за предшествующие расчетные периоды. Комиссия за перевыпуск карты по истечении срока действия (срок действия карты 3 года)-100 рублей. ОАО «Лето Банк». Лицензия ЦБ РФ № 650. Условия действительны на 15.12.2014г.»,

распространяющуюся в г. Мурманске на бортах троллейбуса № 138, с признаками нарушения части 7 статьи 5 и части 3 статьи 28 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (далее - Закон о рекламе).

Реклама - 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;

В соответствии со статьей 5 данного Закона реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона ненадлежащей рекламой признается реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В соответствии с частью 3 статьи 28 Закона о рекламе, если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита, пользованием им и погашением кредита, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, эта реклама должна содержать все остальные условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее, поскольку указание неполных сведений об условиях предоставления кредита может привести к искажению сути рекламируемой банковской услуги и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение ею воспользоваться.

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 силу пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «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.

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 (часть 7 статьи 5 Закона).

При этом в рекламе финансовых услуг существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

Согласно пункту 2 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 N 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее - Закон N 135-ФЗ) под финансовой услугой понимается банковская услуга, страховая услуга, услуга на рынке ценных бумаг, услуга по договору лизинга, а также услуга, оказываемая финансовой организацией и связанная с привлечением и (или) размещением денежных средств юридических и физических лиц.

К финансовым организациям относятся хозяйствующие субъекты, оказывающие финансовые услуги, а именно: кредитная организация, микро финансовая организация, кредитный потребительский кооператив, страховщик, страховой брокер, общество взаимного страхования, фондовая биржа, валютная биржа, ломбард, лизинговая компания, негосударственный пенсионный фонд, управляющая компания инвестиционного фонда, управляющая компания паевого инвестиционного фонда, управляющая компания негосударственного пенсионного фонда, специализированный депозитарий инвестиционного фонда, специализированный депозитарий паевого инвестиционного фонда, специализированный депозитарий негосударственного пенсионного фонда, профессиональный участник рынка ценных бумаг (пункт 6 статьи 4 Закона N 135-ФЗ).

Из статьи 5 Федерального закона от 02.12.1990 N 395-1 «О банках и банковской деятельности» следует, что к банковским операциям относится размещение привлеченных денежных средств в виде кредитов.

Из пункта 1 статьи 819 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее - ГК РФ) следует, что под кредитом понимаются денежные средства, предоставленные заемщику банком или иной кредитной организацией (кредитором) по кредитному договору в размере и на условиях, предусмотренных договором.

Рассматриваемая реклама, содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера, предназначена для неопределенного круга лиц (размещена на бортах общественного транспорта, курсирующего по городу); преследует цели информирования о «Лето Банке», а также формирует интерес к предложенному кредитному продукту «Лето-карта», реализуемому ОАО «Лето Банк», привлекательной процентной ставке по кредиту «0% по «Лето карте»», побуждает посетить Банк и воспользоваться предложением.

Объектами рекламирования являются:

- ОАО «Лето Банк»;
- кредитный продукт «Лето-карта»;
- процентная ставка по кредиту 0%.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования.

Определением от 30.07.2015 года в отношении общества с ограниченной ответственностью «Рекламная компания «Идея» (ИНН 5190153499, КПП 519001001, ОГРН 1065190095651 инд. 183038, г. Мурманск, ул. Марата, д.1) возбуждено дело № 08-04-15-/15/1 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, рассмотрение дела назначено на 12.08.2015 года в 10.00.

12.08.2015 г на электронный адрес Мурманского УФАС России поступило ходатайство от ООО Рекламная компания «Идея» с просьбой перенести рассмотрение дела на 19 августа 2015г, в связи с невозможностью явиться на

рассмотрение.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия) установила, что необходимо присутствие лица ООО Рекламная компания «Идея», в действиях которого усматриваются признаки нарушения рекламного законодательства, и удовлетворила ходатайство Общества отложив рассмотрение дела № 08-04-15/15/1 до 19 августа 2015 в 11.00 по адресу: г.Мурманск, ул. Книповича, д.9А.

Из представленных 19.08.2015 пояснений и документов следует, что монтаж и прокат спорной рекламы осуществлен ООО РК «Идея» посредством своего агента - индивидуального предпринимателя И.В.Горянникова на основании договора ООО «Центр размещения рекламы». ООО РК «Идея» объект рекламирования и содержание исследуемой рекламы не определяло, макет рекламы не изготавливало, рекламные материалы получило от ООО «Центр размещения рекламы».

Дело № 08-04-15/15/1 откладывалось в целях установления надлежащего лица и получения дополнительных материалов 15.10.2015 года, 30.10.2015 и 14.12.2015 г.

30.10.2015 Комиссия изучила представленные ПАО «Лето Банк» документы и пояснения, из которых следовало, что:

- 02.04.2014 между ПАО «Лето Банк» и ООО «Оптимум Медиа Лимитед» заключен договор № 02/04/14-OML на размещение рекламных материалов Банка в СМИ и на транспорте, с правом привлечения третьих лиц для размещения рекламы;

- стороны согласовали период размещения рекламы на бортах троллейбусов в г. Мурманске с 01.06.2014 по 30.09.2014 и с 01.12.2014 по 28.02.2015 (Приложение № LTB3005/2014-2 от 30.05.2014).

- в последствии, дополнительным соглашением № LTB-1 к указанному договору, период размещения рекламы изменен - 01.06.2014-30.09.2014 и 01.12.2014-31.01.2015.

По утверждению ПАО «Лето Банк» 26.02.2015г, в день, когда Мурманское УФАС России выявило спорную рекламу, реклама не должна была распространяться, т.к. сроки её размещения были завершены. ПАО «Лето Банк» считает, что реклама распространялась Агентством самовольно и без согласия Банка.

ПАО «Лето Банк» для вычисления размера шрифта рекламы и расстояния, с которого данный текст различим, представило расчеты по формуле, представленной государственным учреждением «Межотраслевой научно-технический комплекс «Микрохирургии глаза» имени академика С.Н.Федорова, где за основу принимается, угол зрения размером 1, острота зрения 1.0, размер буквы 7.27, без учета изменяющегося угла зрения и учета того, что данные нормы применяются для текстов (объектов) находящихся в покое.

По мнению ПАО «Лето Банк» полученные расчеты доказывают, что расстояние, позволяющее потребителям прочесть надпись на борту троллейбуса, выполненную шрифтом 26мм составляет 17,8м.

ПАО «Лето Банк» считает, что размер шрифта рекламы и его исполнение позволяло

потребителям, ожидающим на остановке общественный транспорт, прочесть рекламу.

ПАО «Лето Банк» акцентирует в письменном пояснении, что поверхность борта троллейбуса имеет ограниченную площадь поля для размещения рекламы, поэтому выполнить объемный текст рекламы крупным шрифтом не предоставлялось возможным. ПАО «Лето Банк» считает, что не нарушило рекламное законодательства, т.к. вся информация, читаема и присутствует в рекламе.

ООО «Оптимум Медиа Лимитед» письменно сообщило (исх.27/10/2015-OML от 27.10.15), что согласно Приложению №LTV3005/2014-2 от 30.05.2014 к договору № 02/04/14-OML, заключенному между ПАО «Лето Банк» и филиалом ООО «Оптимум Медиа Лимитед», во исполнении указанного поручения Клиента, размещение в 2015 г рекламных материалов на транспорте в г. Мурманске осуществлялось с 01.01.2015 по 31.01.2015.

Комиссия определила лиц, в действиях которых усматриваются признаки нарушения рекламного законодательства - ПАО «Лето Банк» и ИП Горянников И.В., рассмотрение дела отложила до 14.12.2015 в целях получения дополнительных материалов.

14.12.2015 в продолжение рассмотрения дела ПАО «Лето Банк» представило документы и письменные пояснения. Банк представителя на рассмотрение дела не направил, ходатайств не заявлял. Комиссия в присутствии представителей ИП Горянникова И.В., изучила имеющиеся документы, письменные пояснения ПАО «Лето Банк» и заслушала позицию представителей одной из сторон.

Комиссией установлено, что ПАО «Лето Банк» заключило 02.04.2014 договор № 02/04/14-OML с ООО «Оптимум Медиа Лимитед», сроком действия до 31.03.2015, на размещение рекламных материалов Банка в СМИ и на транспорте, с правом привлечения третьих лиц для размещения рекламы. Компания с ограниченной ответственностью «Оптимум Медиа Лимитед» в свою очередь заключила 03.10.2011 договор № Z111003-001 с ООО «Золотое кольцо» по условиям которого ООО «Золотое Кольцо» размещает рекламно-информационные материалы (далее по тексту РИМ) на транспорте в городах России. Далее задание по размещению рекламы передано по договору ООО «Нью Лайн».

В свою очередь у ООО «Центр размещения рекламы» возникло обязательство по распространению вышеупомянутой рекламы в рамках договора № РО-03 от 20.01.2014 Приложения № 7 от 02.05.2014 с ООО «Нью Лайн». ООО «Центр размещения рекламы» письменно пояснило (исх.№397 от 02.10.2015), что обязалось осуществлять монтаж/демонтаж виниловой аппликации на троллейбусы, представленной заказчиком, а также прокат рекламы «Лето Банк» на бортах трех троллейбусов в г. Мурманске в период с 01.12.2014 по 31.01.2015г.

Для выполнения указанных работ ООО «Центр размещения рекламы» привлекло по договору № 13 от 23.01.2014г, приложение №4 от 29.05.2014 ООО «Рекламная компания «Идея».

ООО «Рекламная компания «Идея» заключило договор № 007 от 26.01.2015г, приложение №1 с индивидуальным предпринимателем Горянниковым И.В.

Согласно приложению №1 исполнитель ИП Горянников И.В. обязуется выполнить работы по монтажу рекламно - информационных материалов и обеспечению прокат рекламы (проект «Лето Банк») на бортах троллейбусов, срок проката 2 месяца с момента монтажа рекламных материалов.

ИП Горянников И.В. по договору № 8Р от 30.12.2013 с ОАО «Электротранспорт» направил заявку № 256, на размещение наружной рекламы на бортах трёх транспортных средствах сроком 2 месяца с 01.02.15 по 31.03.2015г. Согласно акту ввода транспортных средств в эксплуатацию от 02.02.2015г работы по нанесению рекламных материалов бренда «Лето Банк» на три троллейбуса маршрутов(3,4,6,10) в г. Мурманске выполнено в полном объеме, стороны не имеют претензий друг к другу. Датой начала демонстрации размещения рекламных материалов считать момент ввода машин в эксплуатацию, т.е. 02.02.2015 года и сроком проката 2 месяца по 01.04.2015г.

Из пояснений представителей ИП Горянникова И.В. следовало, что срок проката спорной рекламы передвинулся из-за позднего направления рекламных материалов в г. Мурманск.

Для предоставления электронной переписки и иных документов, подтверждающих перенос проката рекламы, представители ИП Горянникова И.В. ходатайствовали об отложении рассмотрения дела. Комиссия удовлетворила ходатайство и отложила рассмотрения дела до 26.01.2016 г, дополнительно запросив у ПАО «Лето Банк» и всех участников размещения рекламы дополнительную информацию о переносе сроков рекламной компании.

26.01.2016 Комиссия в том же составе в присутствии представителей ИП Горянникова И.В. и в отсутствии ПАО «Лето Банк», ходатайствовавшего о рассмотрении дела в отсутствии Общества, изучила дополнительные документы и пояснения сторон.

ООО «Оптимум Медиа Лимитед» подтвердило, что размещение рекламы было завершено 31.01.2015 года и сообщило, что лицом, определившим содержание рекламы, является ПАО «Лето Банк».

ООО «Центр размещения рекламы» (коммерческое обозначение «НТ-партнер») представил письменные пояснения (исх.№399-4 от 28.12.2015) о том, что в рамках Приложения №4 к Договору №13 от 23.01.2014 года, заключенному с ООО «Рекламная компания «Идея», комплекты рекламных материалов в виде самоклеящейся пленки (Лето банк...0% по Лето карте) были направлены исполнителю ООО «Рекламная компания «Идея» только 21.01.2015 г. (накладная №15-91221-9707). Начало проката рекламных материалов было смещено с 01.12.2014 на 02.02.2015 года по причине задержки направления готовых материалов ООО «Нью Лайн».

ООО «Нью Лайн» на запросы антимонопольного органа не ответило.

ООО «Рекламная компания «Идея» представила электронную переписку с ООО «Центр размещения рекламы» из которой следует, что срок рекламной компании ПАО «Лето Банк» изменялся, сокращался и передвигался по просьбе ПАО «Лето Банк».

В переписке с ООО «Центр размещения рекламы» от 12.12.2014 говорится, что ПАО «Лето Банк» из-за задержки с согласованием макета просит сдвинуть срок монтажа РИМ и соответственно передвинуть старт рекламной компании и размещать рекламу два месяца, а документы по размещению рекламы закрыть декабрем-январем.

15.01.2015 г ООО «Центр размещения рекламы» в переписке сообщает ООО «Рекламная компания «Идея», что реклама направлена в печать 16.01.2015, поэтому отправка готовых РИМ в г. Мурманск задерживается. ООО «Центр размещения рекламы» в письме № 399 от 21.12.2015 сообщает, что не имеет претензий к ООО Рекламная компания идея по размещению рекламы со смещением сроков.

23.01.2015 ООО «Рекламная компания «Идея» сообщает в электронной переписке, что рекламные материалы получены 23.01.15 и будут монтироваться с 26.01.15.

В ходе рассмотрения дела представители ИП Горянникова И.В. пояснили, что фактически готовые рекламные материалы от заказчика были получены с большим опозданием, монтировались на борта троллейбуса с 26.01.2016 по 01.02.2016, и были введены в эксплуатацию 02.02.2015 года. Прокат осуществлялся 2 месяца по 01.04.2015 года с согласия заказчика ООО «Центр размещения рекламы».

Представители ИП Горянникова И.В. сообщили, что акты выполненных работ по прокату рекламы «Лето Банк % по лето карте...» были закрыты 31 января 2015 года по просьбе заказчика, а фактически реклама была в прокате по 31.03.15, о чем свидетельствуют акты ввода транспортных средств в эксплуатацию от 02.02.2015 и приложение №1 к договору №007 от 26.01.2015 между ООО «Рекламная компания «Идея» и ИП Горянниковым И.В.

ИП Горянников И.В. не считает себя нарушившим рекламное законодательство, т.к. не определял содержание рекламы, а осуществлял монтаж, прокат и демонтаж готовой рекламной продукции в сроки предусмотренные договором №007 от 26.01.2015 и приложением № 1.

Комиссия изучила, присланные ПАО «Лето Банк» дополнительные материалы и пояснения. Банк поддержал ранее озвученную позицию и сообщил, что согласование и утверждение всей документации в Банке происходит в электронном виде в специальной системе электронного документооборота, приложены скриншоты с экрана монитора. Из чего следует, что подготовка макета для размещения на транспорте осуществлялась специалистами креативного центра Банка 27.11.2014. Проверку макета юридический отдел Банка закончил 01.12.14 года с указанием замечаний. Банком не представлен документ с точной датой окончательного утверждения макета рекламы, после устранения замечаний, датой направления его исполнителю к распространению. Согласно представленным копиям платежных поручений №53621 и №5362, оплата и доплата ООО «Оптимум Медиа Лимитед» по счетам № OML 737 и № OML 738 от 16.03.2015 за размещение рекламы на транспорте в декабре-январе 2015 года произведена ПАО «Лето Банк» 20.03.2015 г.

ПАО «Лето Банк» в подтверждение корректировки сроков распространения спорной рекламы представил дополнительное соглашение от 31.12.2014 № LTB-1 к Договору, Отчет Агента от 31.01.2015 об исполнении агентского поручения (Договор

№ 02/04/14-ОМЛ от 02.04.2014) и Акт сдачи приемки услуг от 31.01.2015, а также письмо Банка об отказе размещения рекламы на транспорте в феврале 2015 года, в связи с пересмотром бизнес плана.

ПАО «Лето Банк» не отрицает, что содержание рекламы и объект рекламирования определило самостоятельно и считает, что не нарушило рекламное законодательство, т.к. доведенная до потребителя реклама читается без применения специальных средств и позволяет ознакомиться со всеми существенными условиями, а также акцентирует внимание Комиссии на том, что согласие на распространение рекламы в феврале месяце Банк не давал.

Комиссия заслушала представителей, изучила рекламу, все ранее представленные пояснения и документы участников размещения рекламы и вновь представленные доказательства и пришла к выводу.

Публичное акционерное общество «Лето Банк» (ОГРН 1023200000010 от 01.10.2012г, ИНН 3232005484, юр. адрес: 101000г. Москва, ул. Мясницкая, д.35, почтовый адрес: 107061, г. Москва, пл. Преображенская д.8) является кредитной организацией, входящей в банковскую систему Российской Федерации, целью которой является получение прибыли при осуществлении банковских операций. Банк может привлекать и размещать денежные средства физических и юридических лиц и т.п.

ПАО «Лето Банк» (Клиент) в целях продвижения своих продуктов организовало рекламную кампанию и привлекло по договору № 02/04/14-ОМЛ от 02.04.2014 Агента- компанию с ограниченной ответственностью «ОПТИМА МЕДИА ЛИМИТЕД», действующую на территории Российской Федерации через аккредитованный филиал компании.

По условиям договора Агентство обязуется по поручению Клиента за вознаграждение обеспечить размещение рекламных материалов в СМИ и на транспорте в городах Российской Федерации, в том числе в городе Мурманске (приложение к договору № LTB-3005/2014-2 от 30 мая 2014 года). Агентство вправе привлечь третьих лиц по договору для реализации целей рекламной компании.

Согласно приложению № LTB-3005/2014-2 от мая 2014 года к Договору № 02/04/14-ОМЛ от 02.04.2014, агентство обязуется заключить с третьими лицами сделки, обеспечивающие размещение рекламно –информационных материалов ПАО «Лето Банк» на транспорте в частности в Мурманске на трех троллейбусах в периоды с 01.06.14-30.09.14 и с 01.12.14 по 28.02.2015г.

По условиям дополнительного соглашения № LTB-1 от 31 декабря 2014 года к Договору № 02/04/14-ОМЛ от 02.04.2014 стороны установили новые сроки рекламной компании по размещению рекламы на транспорте в г. Мурманске с 01.06.14-30.09.14 и с 01.12.14 по 31.01.2015г.

Комиссией установлено, что для реализации рекламной кампании ПАО «Лето Банк», Агент - филиал компании с ограниченной ответственностью «ОПТИМА МЕДИА ЛИМИТЕД» привлекло по договору третьих лиц и задание передавалось ООО «Золотое кольцо» (г. Москва), ООО «Нью Лайн» (г. Москва), ООО «Центр размещения рекламы»(г. Москва), далее задание по размещению рекламы передано ООО «Рекламная компания «Идея»(г. Мурманск). В свою очередь ООО «Рекламная компания «Идея» для выполнения работ по монтажу, прокату рекламы



ПАО «Лето Банк» привлекло по договору № 007 от 26.01.2015г индивидуального предпринимателя Горянникова И.В.(г. Мурманск), который фактически и размещал рекламу «Лето банк...0% по Лето карте» в городе Мурманске на троллейбусах № 103, №138 и № 204 в период с 01.06.14-30.09.14 и с 02.02.2015 по 01.04.2015года, о чем свидетельствуют материалы дела.

Несмотря на то, что ПАО «Лето Банк» дополнительным соглашением от 31.12.2014 № ЛТВ-1 к Договору сократило сроки распространения своей рекламы в городе Мурманске до 31.01.2015г, фактически, из-за задержки третьих лиц и не своевременного направления готовых рекламных материалов в точку их распространения, произошел сдвиг в сроках монтажа и проката рекламы, поэтому реклама и была зафиксирована 26.02.2015 года в городе Мурманске на троллейбусе №138.

По условиям договора № 02/04/14-OML от 02.04.2014 п.5.7 в случае нарушения Агентством сроков начала размещения рекламных материалов, указанных в задании на проведение рекламной компании, более чем на 15 (пятнадцать) календарных дней, Клиент вправе в одностороннем внесудебном порядке отказаться от исполнения обязательств по соответствующему заданию на проведение рекламной кампании, направив письменное уведомление Агентству, а агентство обязано возвратить Клиенту все денежные средства, оплаченные авансом по расторгаемому заданию, включая агентские расходы и вознаграждения.

Согласно пункту 5.5 Договора № 02/04/14-OML от 02.04.2014 в случае нарушения Агентством сроков выполнения Мероприятий, указанных Клиентом в Медиа-Бриффе, а также обязательств, предусмотренных в п.п.3.8 и 3.11 договора, клиент вправе взыскать с агентства штраф в размере 100 (сто тысяч рублей).

Довод ПАО «Лето Банк» о том, что, Банк предпринял меры по корректировке сроков размещения рекламных материалов, заключив дополнительное соглашение № ЛТВ-1 от 31 декабря 2014 года с компанией с ограниченной ответственностью «ОПТИМА МЕДИА ЛИМИТЕД» к Договору № 02/04/14-OML от 02.04.2014 и в этой связи не несет ответственность за рекламу, распространяемую сверх установленных сроков не состоятелен.

Банк, дав право Агенту заключать договора с третьими лицами, должен был позаботиться и об ответственности соблюдения участниками договорных отношений, по распространению рекламы ПАО «Лето Банк», сроков и условий Клиента, т.е. установить ответственность за доведение информации до всех лиц, участвующих в кампании по распространении рекламы ПАО «Лето Банк», тем самым предпринять меры по контролю за исполнением договорных отношений третьими лицами, в том числе поскольку заключение договоров на размещение рекламы на рекламных носителях, а также ненадлежащее их исполнение не снимает предусмотренную законом ответственность с рекламодателя за нарушение требований к содержанию рекламы.

Вместо этого, дополнительным соглашением к договору № 02/04/14-OML от 02.04.2014 о 15.04.2014 г ПАО «Лето банк» исключил из договора пункт 5.8, который гласил: в случае если по вине Агентства или третьих лиц на клиента уполномоченными государственными органами будут наложены штрафы, Агентство обязуется возместить Клиенту штраф в полном размере в течение 10

календарных дней с даты получения уведомления Клиента, тем самым, взяв всю ответственность по исполнению договора на себя.

Пунктом 5.22 Договора установлено, что Клиент несет ответственность за содержание рекламных материалов, представленных Агентству для размещения. Информация содержащаяся в рекламных материалах, должна соответствовать законодательству Российской Федерации.

Согласно материалам дела содержание рекламы и объекты рекламирования определило ПАО «Лето Банк», макет рекламы разработан и утвержден Банком.

Реклама, зафиксированная 26.02.2015г. в городе Мурманске на троллейбусе №138 маршрута №6 полностью соответствует макету рекламы ПАО «Лето Банк».

Реклама ПАО «Лето Банк» зафиксирована на фото, как во время движения, так и на остановочном комплексе. На бортах троллейбуса с четырех сторон нанесена реклама «Лето Банк», передний и задний борт содержат логотип «Лето Банк», номер телефона, и номер сайта банка. Правый и левый борта транспортного средства содержат рекламу, выполненную большим шрифтом на ярком фоне следующего содержания: «0% по «Лето карте» Сколько взял-столько и отдал. Лето Банк. 8 8005500770 letobank.ru» и текст, объёмного содержания, выполненный частым, мелким черным шрифтом, который невозможно прочесть.

Полный текст рекламы, размещенный на правом и левом борту транспортного средства, крупно: «0% по «Лето карте» Сколько взял столько и отдал. Лето Банк. 8 8005500770 letobank.ru»,

мелким шрифтом: «Действительно для продукта «Лето-карта» при условии безналичной оплаты товаров/услуг по карте и полном погашении в дату платежа задолженности, образовавшейся за предшествующий расчетный период, в котором были совершены такие операции. Беспроцентный период равен 24 месяца с даты совершения операции по карте. Процентная ставка по кредиту равна ставке рефинансирования Банка России на дату заключения кредитного договора. Срок договора 30 лет, минимальный ежемесячный платеж 10% от кредитного лимита. Кредитный лимит от 5000 до 15000 рублей. Комиссия за оформления карты 300 рублей, при оформлении карты на стойках продаж Банка до 31.12.2014г не взимается. Комиссия за каждую операцию снятия наличных- 300 рублей. Комиссия за проведение каждой иной расходной операции (за исключением оплаты товаров/услуг)-3.3%, минимум 300 рублей. Ежемесячная комиссия за обслуживание карты 300 рублей, не взимается при отсутствии на дату платежа задолженности, образовавшейся за предшествующие расчетные периоды. Комиссия за перевыпуск карты по истечении срока действия (срок действия карты 3 года)-100 рублей. ОАО «Лето Банк». Лицензия ЦБ РФ № 650. Условия действительны на 15.12.2014г.»

Из текста рекламы, выполненного крупным шрифтом следует, что ОАО «Лето Банк» (лицензия ЦБ РФ № 650) предоставляет кредиты по «Лето карте» в размере процентной ставки 0%», с целью привлечь покупателя и воспользоваться услугой кредитования по «лето карте».

Мелким шрифтом описаны условия кредитования по указанной карте, которые значимы для потребителя рекламы, но не читаемы, т.к. текст достаточно объемный,

содержит много информации, выполнен мелким шрифтом: «Процентная ставка по кредиту равна ставке рефинансирования Банка России на дату заключения кредитного договора, а беспроцентный период равен 24 месяца с даты совершения операции по карте». Комиссия за каждую операцию снятия наличных- 300 рублей. Комиссия за проведение каждой иной расходной операции (за исключением оплаты товаров/услуг)-3.3%, минимум 300 рублей. Ежемесячная комиссия за обслуживание карты 300 рублей, взимается при образовавшейся за предшествующие расчетные периоды задолженности. Условия действительны на 15.12.2014г ).

Потребитель может оценить свои риски, только получив полную информацию о финансовом кредитном продукте «Лето карта», ведь только прочитав мелкий шрифт потребитель может осознать, что условия кредитного продукта влекут дополнительные расходы(снятия наличных- 300 рублей, комиссия за проведение каждой иной расходной операции (за исключением оплаты товаров/услуг)-3.3%, минимум 300 рублей и т.д.). Реклама распространялась 26.02.2015 г., а условия, изложенные в рекламе, были действительны только на 15.12.2014г, что говорит о недобросовестности рекламы.

Из анализа текста и способа его выполнения следует, что привлекательная информация о Банке, процентная ставка и продукт «Лето карта» выполнены крупным шрифтом, с использованием ярких цветовых акцентов, что привлекает внимание потребителя к Банку и побуждает воспользоваться банковским продуктом.

Вместе с тем, в рекламе условия кредитного продукта «Лето карта», влияющие на сумму расходов/доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, размещены в нижней части бортов троллейбуса, мелким не читаемым шрифтом. Объем печатного текста условий кредитного продукта весьма значителен (10 строк) и требует времени для прочтения.

Потенциальными потребителями рассматриваемой рекламы являются пешеходы, водители и пассажиры транспортных средств, которые находятся в потоке движения.

В рассматриваемом случае реклама, нанесенная на борта троллейбуса, а также обстоятельства, в которых она должна быть воспринята, исключают возможность продолжительного чтения мелкого шрифта условий кредитования: так троллейбус находится в движении и останавливается на остановочных комплексах на непродолжительное время, при этом поток пассажиров, входящих и выходящих в салон троллейбуса не позволяет прочесть полный текст рекламы. Водители и пассажиры иных транспортных средств, движущихся по левому борту от троллейбуса, также не смогут прочесть весь текст рекламы, т.к. скорость движения транспорта в потоке приблизительно 40-60 км в час.

Совокупность таких особенностей рассматриваемой рекламы, как ограниченное время считывания информации, объем информации, размещенной в рекламе, размер шрифта, которым написаны существенные условия получения услуги, лишают возможности потребителя получить полный текст рекламы.

Потребитель рекламы вводится в заблуждение такой рекламой, т.к. видит только привлекательную рекламную фразу: «0% по лето карте. Сколько взял столько и

отдал», а полные условия услуги кредитования по «лето карте» не доступны для потребителя из-за способа их выполнения в этой же рекламе.

Несмотря на формальное наличие в рекламе условий предоставления кредита по «Лето карте» с процентной ставкой 0%, форма представления сведений была такова, что они не воспринимались потребителями и фактически, в рекламе отсутствовали.

В соответствии с частью 3 статьи 28 Закона о рекламе, если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита, пользованием им и погашением кредита, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, эта реклама должна содержать все остальные условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее, поскольку указание неполных сведений об условиях предоставления кредита может привести к искажению сути рекламируемой банковской услуги и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение ею воспользоваться.

В силу пункта 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «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.

Высший Арбитражный Суд Российской Федерации в пункте 24 Постановления Пленума от 08.10.2012 N 58 «О некоторых вопросах, применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» разъяснил, что в соответствии с частями 1 и 3 статьи 28 Закона о рекламе в рекламе должны быть указаны наименование или имя лица, оказывающего банковские, страховые и иные финансовые услуги, а также условия оказания этих услуг.

Для пассажиров и водителей движущегося транспорта время считывания рекламной информации ограничено и, следовательно, информация, нанесенная на борту троллейбуса мелким шрифтом, недоступна для восприятия. Информация о существенных условиях кредита выполнена столь мелким по сравнению с основным рекламным текстом шрифтом, что делает невозможным ее восприятие и вводит потребителя в заблуждение относительно условий рекламируемого кредита

Комиссия не может принять довод ПАО «Лето Банк» о том, что размер шрифта рекламы и его исполнение позволяло потребителям, ожидающим на остановке общественный транспорт, прочесть рекламу, ссылаясь при этом на расчеты по формуле, представленной государственным учреждением «Межотраслевой научно-технический комплекс «Микрохирургии глаза» имени академика Федорова С.Н., которые произведены ПАО «Лето Банк» без учета изменяющегося угла зрения и того, что данные нормы применяются для текстов (объектов) находящихся в покое.

Кроме того, как отметило ПАО «Лето Банк», поверхность борта троллейбуса имеет ограниченную площадь поля для размещения рекламы, поэтому выполнить объемный текст рекламы крупным шрифтом не предоставлялось возможным, что является доказательством того, что способ и форма доведения рекламной

информации до потребителя рекламы выбрана Банком исходя из возможностей рекламного поля, без учета восприятия рекламы потребителем.

В данном случае размер и способ доведения до потребителей условий кредитного продукта «Лето карта» в рекламе должны быть такими, чтобы условия воспринимались обычным человеком обычным образом (т.е. без использования вспомогательных технических средств и в течение времени, в которое возможно восприятие информации), если одно из условий, влияющих на сумму доходов или расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, воспринимается потребителями указанным образом. В рассматриваемом случае, таким условием является кредитная ставка 0% по «Лето карте».

Утверждение рекламодателя ПАО «Лето Банк» о том, что реклама соответствует в полном объеме рекламному законодательству, не соответствует действительности, поскольку доведенная в таком виде информация не может формировать у потребителя правильное (неискаженное и относительно полное) представление о рекламируемом объекте (услуге).

В соответствии с частью 7 статьи 5 Закона о рекламе не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации, и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Формальное наличие в рекламе существенной информации при ненадлежащей форме ее представления не свидетельствует о соответствии рекламы требованиям законодательства о рекламе.

Из пункта 28 постановления Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 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). При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

По смыслу комментируемых норм требуется непосредственно в рекламе привести отсутствующую часть существенной информации о товаре, условиях его приобретения или использования, если приведенные в рекламе сведения, ввиду их недостаточности, порождают заблуждение потребителей рекламы. И доведение до всеобщего сведения неопределенного круга лиц существенной информации должно осуществляться способами и в форме, которые позволят каждому из круга неопределенных лиц воспринимать существенную информацию наравне с иными привлекательными для потребителей сведениями.

Напротив, недосказанность и сокрытие важной информации вводят в заблуждение потребителей и лишают их в итоге возможности принять правильное для себя решение.

Существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированная у потребителя такой рекламой.

Довод ПАО «Лето Банк» о том, что полную информацию о кредитном продукте можно узнать на сайте Банка не могут быть приняты Комиссией, т.к. норма части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» запрещает в рекламе умалчивать информацию, которая, будучи сообщенной, изменила бы созданное рекламой представление потребителей о товаре(услуге), об условиях его приобретения или использования.

Таким образом, рекламная информация: О кредитном продукте ОАО «Лето Банк» не была доведена до потребителей надлежащим образом, а именно отсутствие в рекламе существенной части информации об условиях предоставления процентной ставки 0% по кредитной карте «Лето карта», а также условий определяющих фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющих на нее (снятия наличных- 300 рублей, комиссия за проведение каждой иной расходной операции (за исключением оплаты товаров/услуг)-3.3%, минимум 300 рублей и т.д.), приводит к искажению рекламы, и способствует введению в заблуждение потребителей о стоимости или цене кредитного продукта, порядке его оплаты и других условиях приобретения кредитного продукта, что является нарушением требований пункта 2 части 2 статьи 28, части 3 статьи 28 и части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

О недобросовестности рекламы свидетельствует и тот факт, что реклама распространялась 26.02.2015 года, а предлагаемые условия кредитного продукта были действительны на 15.12.2014г.

Комиссия признает рекламу ОАО «Лето Банк» размещенную 26.02.2015 на бортах троллейбуса № 138 в г. Мурманске ненадлежащей, нарушающей часть 7 статьи 5, пункт 2 части 2 статьи 28 и часть 3 статьи 28 Закона о рекламе, т.к. рекламная информация ПАО «Лето Банк» не была доведена до потребителей надлежащим образом, а именно - отсутствие в рекламе существенной части информации об условиях предоставления процентной ставки 0% по «Лето карте», определяющих фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющих на нее, приводит к искажению рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей о стоимости или цене кредитного продукта, порядке его оплаты и других условиях приобретения кредитного продукта.

В соответствии с пунктом 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 и пункта 2 части 2 статьи 28 Закона возложена на рекламодателя.

Из системного анализа положений указанного Закона следует, что требование части 2 статьи 28, частью 3 статьи 28 этого Закона корреспондирует с частью 7 статьи 5 Закона.

Указанные нормы приняты в интересах потребителя, с целью формирования у него правильного (неискаженного и относительно полного) представления о рекламируемом объекте (услуге).

Рекламное законодательство устанавливает необходимость обеспечения

достоверности размещаемой рекламы, соответствие ее требованиям законодательства, которые должны соблюдаться рекламодателем, тем самым обеспечивая интересы потребителей рекламной продукции.

В этой связи рекламодаделец должен предпринять все меры и выстроить свои взаимоотношения с партнёрами и агентами таким образом, чтобы они способствовали соблюдению рекламного законодательства.

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе рекламодаделец - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодателем является публичное акционерное общество «Лето Банк» (ОГРН 1023200000010 от 01.10.2012г, ИНН 3232005484, юр. адрес: 101000г. Москва, ул. Мясницкая, д.35, почтовый адрес: 107061, г. Москва, пл. Преображенская д.8)

ПАО «Лето Банк» не представило в материалы дела каких-либо пояснений относительно обстоятельств, препятствующих соблюдению установленных требований законодательства о рекламе.

Оказание финансовых услуг (в том числе кредитование) представляет собой один из самых серьезных лицензионных видов деятельности на рынке услуг. Операции, связанные с такими материальными благами, как денежные средства, всегда предполагают риск и опасения за их утрату. Профессиональные участники финансового рынка в связи с этим обязаны в силу закона предпринять все необходимые меры для обеспечения своей добросовестности, интересов потребителей и оправдания их доверия.

Существенная угроза охраняемым общественным отношениям в данной категории правонарушений заключается в пренебрежительном отношении Общества к исполнению своих публично-правовых обязанностей, к требованиям публичного права.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 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, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия

### **РЕШИЛА:**

1. Признать рекламу «0% по «Лето карте» Сколько взял столько и отдал. Лето Банк. 8 8005500770 letobank.ru», распространенную 26.02.2015 на бортах троллейбуса №138 г. Мурманска ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5 и пункта 2 части 2 статьи 28, части 3 статьи 28 Закона о рекламе.

2. Производство по делу № 08-04-15/15/1 в отношении индивидуального предпринимателя Горянникова И.В. по признакам нарушения рекламного законодательства прекратить.

3. Предписание не выдавать в связи с окончанием действия договора по распространению рекламы.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Мурманского УФАС России для возбуждения дел об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ПАО «Лето Банк».

Решение может быть обжаловано в суд (арбитражный суд) в течение трех месяцев со дня изготовления решения в полном объеме.

Резолютивная часть решения объявлена 26.01.2016 года.

Решение в полном объеме изготовлено 03.02.2016 года.