

РЕШЕНИЕ

Дата оглашения решения: 23.08.2013 г.

Дата изготовления решения: 04.09.2013 г. г. Кострома

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

Председатель Комиссии - Ревельцев О.В., руководитель управления,

члены Комиссии: Дмитриева Т.А. - начальник отдела антимонопольного контроля хозяйствующих субъектов и рекламы, Баданова И.Н. - главный государственный инспектор отдела антимонопольного контроля хозяйствующих субъектов и рекламы,

рассмотрев материалы дела №ВД 07-49/1159, возбужденного в отношении Общества с ограниченной ответственностью Инвестиционного коммерческого банка «Совкомбанк» (далее - ООО ИКБ «Совкомбанк», Общество) (ОГРН 1024400001779, 156000, г. Кострома, пр-т Текстильщиков, д. 46), о нарушении требований, установленных п. 2 ч. 3, ч. 7 ст. 5, ч. 1, п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), в присутствии представителя ООО ИКБ «Совкомбанк» - <...> (доверенность №410 от 20.08.2013 г., паспорт серии <...> выдан <...>),

УСТАНОВИЛА:

На основании распоряжений Костромского УФАС России от 31.04.2013 г. №45, от 23.05.2013 г. №69 в период с 06.05.2013 г. по 17.06.2013 г. проведена внеплановая документарная проверка по соблюдению ООО ИКБ «Совкомбанк» требований Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе).

По результатам проверки установлено следующее.

При мониторинге наружной рекламы, распространяемой на территории города Костромы, 3 апреля 2013 года специалистами Костромского УФАС России по ул. Профсоюзная (в районе дома 25б) обнаружено средство стабильного территориального размещения (рекламная конструкция 3х6 кв.м.), с помощью которой распространяется реклама Совкомбанка по предоставлению кредита с условием «полгода не берем проценты по кредитам».

Согласно материалам дела, ответа рекламопроизводителя рассматриваемой рекламы – ООО «Глобус-24» рекламная информация, которая содержит наиболее привлекательные для потребителя условия «МЫ СОШЛИ С УМА! (высота (далее – h)= 24,2 см) * СОВКОМБАНК (h=18,4) * ПОЛГОДА (h=25,5 см) НЕ БЕРЕМ ПРОЦЕНТЫ ПО КРЕДИТАМ (h=25,2 см)*» указана крупным шрифтом видным с дальнего расстояния. В нижней части рекламной площади под привлекаемыми условиями мелким, нечитаемым шрифтом отражена информация о наименовании лица, оказывающего рекламируемую финансовую услугу, а также информация по предоставлению денежных средств в кредит площадью 42, 5 см² (что составляет 11,7% от общей площади представленного ООО «Глобус-24» рекламного макета, выполненного на листе формата А4 площадью 363 см²), а именно: «Денежный кредит «6 месяцев - бесплатно»: Срок 18 мес. Сумма 30 001 – 100 000 руб. Ставка 36% годовых. При отсутствии просроченных платежей по кредиту за 6 мес. до окончания срока

действия кредитного договора Банк берет на себя ежемесячное погашение фактически начисленных % за последние 6 мес. Банк вправе отказать в предоставлении кредита без объяснения причин. ООО ИКБ «Совкомбанк» (h=5,9 см). Генеральная лицензия Банка России №963. На правах рекламы (h=4,2 см)», т.е. рекламируемый потребительский кредит потребитель может получить только на срок 18 месяцев, только на сумму от 30 001 до 100 000 руб. под 36% годовых и только при отсутствии просроченных платежей по кредиту за 6 мес. до окончания срока действия кредитного договора

Формальное присутствие в рекламе рассматриваемых сведений не позволяет потребителю их воспринимать, следовательно, не может расцениваться как их наличие, а отсутствие формально присутствующих сведений приводит к искажению смысла информации и введению в заблуждение потребителей рекламы, т.к. из доступной для потребителя информации, указанной крупным шрифтом, следует, что кредитная организация под коммерческим обозначением «Совкомбанк» может предоставить кредит с условием «полгода не берем проценты» независимо от:

- суммы кредита, срока кредитования,

- очередности полугодового срока кредитования (первые, последние 6 месяцев срока кредитования),

- наличия/отсутствия просроченных платежей по кредиту.

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

Согласно материалам проверки рекламодателем рассматриваемой рекламы является Общество с ограниченной ответственностью Инвестиционный коммерческий банк «Совкомбанк» (лицензия на осуществление банковских операций №963 от 18.02.2013 г.).

Реклама — это информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирования и поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке (пункт 1 статьи 3 Закона о рекламе).

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

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

- распространяется с помощью средства стабильного территориального размещения — рекламной конструкции.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Части 1, 2, 3 ст. 1473 ГК гласят:

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

Фирменное наименование юридического лица должно содержать указание на его организационно-правовую форму и собственно наименование юридического лица, которое не может состоять только из слов, обозначающих род деятельности. Юридическое лицо должно иметь полное и вправе иметь сокращенное фирменное наименование на русском языке. Юридическое лицо вправе иметь также полное и (или) сокращенное фирменное наименование на языках народов Российской Федерации и (или) иностранных языках.

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

Согласно материалам проверки Совкомбанк имеет полное фирменное наименование на русском языке - Общество с ограниченной ответственностью Инвестиционный коммерческий банк «Совкомбанк», сокращенное фирменное наименование на русском языке - ООО ИКБ «Совкомбанк», полное фирменное наименование на английском языке - Limited Liability Company Investment Commercial Bank «Sovcombank», сокращенное фирменное наименование на английском языке - Sovcombank ICB LLC.

При таких обстоятельствах рассматриваемая реклама не содержит

наименование или имя лица, оказывающего услугу по кредиту (финансовую услугу), что свидетельствует о нарушении части 1 статьи 28 Закона о рекламе.

В процессе анализа текстового содержания типовых форм заявления-оферта со страхованием, без страхования (при одобрении (акцепте) Банком такой заявки на кредит она автоматически становится кредитным договором, что не противоречит ст. 432 ГК РФ, которая говорит, что договор может заключаться посредством оферты — предложения подписать договор одной из сторон (в данном случае потенциальный заемщик) и ее акцепта — принятия предложения другой стороной (в данном случае перечисление банком суммы кредита на текущий счет), представленных ООО ИКБ «Совкомбанк» установлено, что в случае отсутствия просроченной задолженности в течение действия договора о потребительском кредитовании, со второго дня 13 (тринадцатого) месяца действия договора о потребительском кредитовании, согласно Графика осуществления платежей, процентная ставка составит 10 (десять процентов) % годовых. Бонус – ежемесячно, начиная с 13 (тринадцатого) месяца действия договора о потребительском кредитовании, оплата Банком процентов за пользование кредитом происходит исходя из фактически рассчитанных (начисленных) процентов за пользование кредитом по состоянию на плановую дату, согласно Графика платежей.

Таким образом, в случае отсутствия просроченной задолженности в течение действия договора о потребительском кредитовании:

со второго дня 13 (тринадцатого) месяца действия договора о потребительском кредитовании, согласно Графика осуществления платежей, процентная ставка составит 10 (десять процентов) % годовых, а не 36% годовых;

ООО ИКБ «Совкомбанк» оплачивает проценты за потребителя по ставке 10% годовых, а не 36% годовых.

Указание в рекламе лишь отдельного условия оказания финансовой услуги (кредита) «полгода не берем проценты» само по себе не позволяет потребителю, проявляющему интерес к рекламируемой услуге, получить достаточные сведения о данной услуге, что способствует искажению смысла информации и введению в заблуждение потребителей рекламы, т.к. иная существенная информация:

сумма кредита,

срок кредитования,

очередности полугодового срока кредитования (первые, последние 6 месяцев срока кредитования),

отсутствие просроченных платежей по кредиту,

изменение процентной ставки в меньшую сторону на срок действия кредитного договора, по которому ООО ИКБ «Совкомбанк» оплачивает проценты за потребителя,

формально присутствующая в рекламе, выполнена мелким шрифтом, фактически не воспринимаемым человеческим взглядом, чтобы не привлекать внимание потенциальных потребителей к данной информации.

Поскольку рассматриваемая реклама направлена на формирование у потребителей желания ею воспользоваться, то существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

Следовательно, отсутствие в рекламе какой-либо существенной части информации приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой финансовой услугой.

Частью 7 статьи 5 Закона о рекламе установлено, что не допускается реклама, в

которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

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

Необходимо отметить, что текст рекламы находится не на уровне глаз человека, а на определенной высоте — рекламная конструкция имеет центральную стойку высотой 3 (три) метра, что снижает уровень восприятия информации, выполненной мелким шрифтом.

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

Наружная реклама направлена на импульсивное восприятие информации потребителями (относительно быстрое и четкое восприятие предлагаемой информации, а также её понимание и уяснение без совершения действий, направленных на специальное, длительное сосредоточение внимания для получения описанного эффекта), так как предназначена для различного круга потребителей (пешеходы, идущие по тротуару, находящемуся рядом с рекламной конструкцией; пешеходы, идущие по тротуару на противоположной стороне дороги; а также водители транспортных средств и их пассажиры, которые ограничены во времени считывания рекламной информации).

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

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

Данный способ описания рекламируемого товара в сочетании с характером и особенностями размещения рекламы не позволяют потребителю понять и уяснить с равной степенью концентрации внимания всю совокупность изложенной в рекламе информации, искажает действительный смысл информации, размещенной крупным шрифтом.

Как разъяснил Пленум Высшего Арбитражного суда Российской Федерации в Постановлении № 58 от 08.10.2012 «О некоторых вопросах практики применения Арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (относительно статьи 28 Федерального закона «О рекламе») рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

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

Доводы представителя Общества о том, что в рассматриваемой рекламе содержится наименование лица, оказывающего финансовую услугу, вывод о нечитаемости текста в спорной рекламе сделан антимонопольным органом самостоятельно без обоснования данного факта, не на объективных предпосылках,

несостоятельны, постольку:

информация о рекламируемой финансовой услуге подается неодинаково (часть ее размещена крупным, а часть – трудночитаемым (мелким) шрифтом), поэтому искажается действительный смысл информации, размещенной крупным шрифтом, так как в этой информации отсутствуют те сведения, которые указаны мелким шрифтом, а неодинаковая подача информации об услуге (в том числе о наименовании лица оказывающего такую услугу) может ввести в заблуждение потребителя относительно лица, оказывающего рекламируемую услугу;

основным условием размещения рекламы является предоставление добросовестной и достоверной информации. Данная реклама не должна вводить потребителя в заблуждение относительно сведений о наименовании лица, оказывающего рекламируемую финансовую услугу. Какие-либо официальные правила и методики расчета, обязательные к применению антимонопольным органом при оценке рекламы, действующим законодательством о рекламе не предусмотрены. Закон о рекламе также не устанавливает размер шрифта либо методики расчета для установления возможности восприятия потребителем размещенной рекламы, а положения (требования) Санитарных правил и нормативов - СанПиН 1.2.1253-03, утвержденные главным государственным санитарным врачом РФ 30.03.2003 г., распространяются только на книжные текстовые издания.

Следовательно, рассматриваемая реклама, распространяемая с помощью наружной рекламной конструкции по адресу: ул. Профсоюзная (в районе дома 25б), г. Кострома, содержит нарушения требований ч. 7 ст. 5, ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе.

В ходе мониторинга региональных СМИ специалистами Костромского УФАС России установлено, что в периодическом печатном издании на стр. №3 газеты «Костромская народная» №12 (683) от 20.03.2013 г. выявлена реклама ООО ИКБ «Совкомбанк» под заголовком «Пять причин, по которым пенсионеры выбирают «Совкомбанк», где сообщается «С 1 февраля «Совкомбанк» объявил акцию «6 месяцев бесплатно». Это кредит на сумму от 30 до 100 тысяч рублей на срок 18 месяцев. По нему предусмотрены уникальные условия – если в течение года клиент оплачивает кредит вовремя, без просрочек, то начиная с 13-го месяца и до конца срока кредита проценты за вас будет оплачивать банк! Вам необходимо вернуть только остаток долга».

Указанная выше рекламная статья согласно положений п. 1 ст. 3 Закона о рекламе подпадает под определение рекламы и содержит все её признаки:

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

распространяется с помощью средства стабильного территориального размещения – рекламной конструкции.

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

Следовательно, рассматриваемая реклама должна соответствовать как общим

требованиям, предъявляемым к рекламе, так и положениям статьи 28 Закона о рекламе, устанавливающей специальные требования к рекламе финансовых услуг.

Из текста рассматриваемой рекламной статьи следует, что ООО ИКБ «Совкомбанк» с 1 февраля предоставляет людям пенсионного возраста (пенсионерам) (далее - потребитель) потребительский кредит на сумму от 30 до 100 тысяч рублей на срок 18 месяцев с условием – если в течение года клиент оплачивает кредит вовремя, без просрочек, то начиная с 13-го месяца и до конца срока кредита проценты за него оплачивает банк.

Однако.

Согласно материалам проверки:

потребитель может заключить договор кредитования с рекламируемым условием «6 месяцев бесплатно» только на сумму от 30 001 до 100 000 руб. с процентной ставкой 18% годовых на срок 18 месяцев;

со второго дня 13 (тринадцатого) месяца действия договора о потребительском кредитовании, согласно Графика осуществления платежей, процентная ставка составит 10 (десять процентов) % годовых, а не 18% годовых.

Таким образом, в случае отсутствия просроченной задолженности в течение действия договора о потребительском кредитовании: со второго дня 13 (тринадцатого) месяца действия договора о потребительском кредитовании, согласно Графика осуществления платежей, процентная ставка составит 10 (десять процентов) % годовых, а не 18% годовых; ООО ИКБ «Совкомбанк» оплачивает проценты за потребителя по ставке 10% годовых, а не 18% годовых,

при нарушении срока возврата кредита (части кредита) уплачивается неустойка в виде пени в размере 240% годовых от суммы просроченного платежа по исполнению обязательств по возврату суммы кредита за каждый календарный день просрочки;

при нарушении срока уплаты начисленных процентов за пользование кредитом уплачивается неустойка в виде пени в размере 240% от суммы просроченного платежа по исполнению обязательств по уплате процентов за каждый календарный день просрочки;

за оформление и обслуживание банковской карты, предназначенной для проведения операций по погашению кредита, потребителем уплачивается комиссия в размере 70.00 руб.

Пункт 2 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе гласит, что недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

На основании вышеизложенного, рассматриваемая реклама содержит недостоверные сведения об условиях применения (получения) товара (услуги) – потребительский кредит с условием «6 месяцев бесплатно» может быть предоставлен не на сумму от 30 000 руб., а на сумму от 30 001 руб.

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

В соответствии с пунктом 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе в рекламе финансовых услуг не допускается умалчивать об иных условиях оказания

соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают 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 Закона о рекламе, если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита, использованием 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 Банке, 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.

Статья 432 ГК РФ к существенным относит условия о предмете договора, условия которые названы в законе или иных правовых актах как существенные или необходимые для договоров данного вида, а также все те условия, относительно которых по заявлению одной из сторон должно быть достигнуто соглашение.

Статьей 30 Федерального закона «О банках и банковской деятельности» от 02.12.1990 года № 395 – 1 установлено, что в договоре указывают проценты, ставки по кредитам и вкладам (депозитам), стоимость банковских услуг, сроки их исполнения, в т. ч. сроки обработки платежных документов, имущественную ответственность сторон за нарушение договора, порядок его расторжения и другие существенные условия договора.

Таким образом, проценты, ставки по кредитам и вкладам (депозитам), стоимость банковских услуг, сроки их исполнения, в т.ч. сроки обработки платежных документов, имущественная ответственность сторон за нарушение договора, порядок его расторжения и другие существенные условия договор являются значимой и необходимой информацией для того, чтобы сделать верный вывод о свойствах рекламируемого товара.

В п. 25 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 г. №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» поясняется, что включение в такую рекламу лишь одного из условий, влияющих на фактическую стоимость кредита, может создать у потребителя искаженное представление о его стоимости.

В качестве примеров этих условий Пленум ВАС РФ указал:

- размер процентной ставки;
- сумму кредита;
- срок кредита;
- платежи и комиссии по кредитным операциям;
- дополнительные расходы заемщика, связанные с получением кредита (по страхованию рисков, в том числе страхованию жизни, здоровья потенциального заемщика, по нотариальному заверению документов, предоставлению обеспечения по кредитному договору, оценке имущества, передаваемого в залог, и т.д.).

Указание в рекламе кредита таких условий кредита, как срок кредита, сумма 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 рекламируемым продуктом.

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.

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 и вводится в заблуждение относительно предлагаемой финансовой услуги.

Таким образом, в указанной рекламе кредита с условием «6 месяцев бесплатно», имеются нарушения п. 2 ч. 3, ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе.

Часть 6 статьи 38 Закона о рекламе устанавливает, что ответственность за нарушение требований, установленных п. 2 ч. 3, ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе, несет рекламодаделец – ООО ИКБ «Совкомбанк».

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона «О рекламе», и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу кредита «Полгода не берем проценты», предоставляемого ООО ИКБ «Совкомбанк», распространявшуюся в период с 01 апреля по 30 апреля 2013 г. с помощью наружной рекламной конструкции (сторона Б) по адресу: г. Кострома, ул. Профсоюзная, в районе дома 25б, ненадлежащей, поскольку нарушены требования ч. 7 ст. 5, ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе;

2. Признать рекламу кредита «Полгода не берем проценты», предоставляемого ООО ИКБ «Совкомбанк», распространявшуюся на стр. №3 газеты «Костромская народная» №12 (683) от 20.03.2013 г., ненадлежащей, поскольку нарушены требования п. 2 ч. 3, ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе;

3. Выдать ООО ИКБ «Совкомбанк» предписание о прекращении нарушения п. 2 ч. 3, ч. 7 ст. 5, ч. 1, п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе в рекламе финансовых услуг.

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

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

Председатель Комиссии
О.В. Ревельцев

Члены Комиссии
Т.А. Дмитриева
И.Н. Баданова

ПРЕДПИСАНИЕ
о прекращении нарушения
законодательства Российской Федерации о рекламе

23.08.2013 г.

г. Кострома

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

Председатель Комиссии — Ревельцев О.В., руководитель управления,
члены Комиссии: Дмитриева Т.А. – начальник отдела антимонопольного контроля хозяйствующих субъектов и рекламы, Баданова И.Н. – главный государственный инспектор отдела антимонопольного контроля хозяйствующих субъектов и рекламы,

на основании своего решения от 23.08.2013 г. по делу №ВД 07-49/1159 о признании рекламы кредита «Полгода не берем проценты», предоставляемого ООО ИКБ «Совкомбанк», распространявшуюся:

в период с 01 апреля по 30 апреля 2013 г. с помощью наружной рекламной конструкции (сторона Б) по адресу: г. Кострома, ул. Профсоюзная, в районе дома 25б, ненадлежащей, поскольку нарушены требования ч. 7 ст. 5, ч. 1 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе);

на стр. №3 газеты «Костромская народная» №12 (683) от 20.03.2013 г., ненадлежащей, поскольку нарушены требования п. 2 ч. 3, ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе,

и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Закона о рекламе, пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Обществу с ограниченной ответственностью Инвестиционный коммерческий банк «Совкомбанк» (далее - ООО ИКБ «Совкомбанк», Общество) (ОГРН 1024400001779, 156000, г. Кострома, пр-т Текстильщиков, д. 46) в срок до 10.10.2013 г. прекратить нарушение требований п. 2 ч. 3, ч. 7 ст. 5, ч. 1, п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе, а именно: распространять любыми способами рекламу кредитных продуктов, противоречащую требованиям п. 2 ч. 3, ч. 7 ст. 5, ч. 1, п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе.

2. ООО ИКБ «Совкомбанк» в срок до 01.11.2013 года представить в Костромское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Костромское УФАС России вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об

административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от трёхсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Предписание изготовлено в полном объеме 04.09.2013 года.

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

Председатель Комиссии

О.В. Ревельцев

Члены Комиссии:

Т.А. Дмитриева

И.Н. Баданова

- [reshenie_ooo_ikb_sovkombank.doc](#)
- [predpisanie_ooo_ikb_sovkombank.doc](#)