

РЕШЕНИЕ

по делу № 4-05/29

09 апреля 2014 года

г. Хабаровск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

рассмотрев дело № 4-05/29 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту размещения ИП Микаелян рекламы с нарушением требований части 7 статьи 5, пункта 2 части 2, части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе»,

в присутствии представителя ... (по доверенности)

УСТАНОВИЛА:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением рекламного законодательства Хабаровским УФАС России 18 февраля 2014 года отслежена реклама компании «Амурские зори», предлагающей покупку квартир в ипотеку с переплатой по кредиту 6,1%, распространяемой на телеканале «6ТВ», следующего содержания:

Звуковая информация:

«Амурские зори и Сбербанк предлагает квартиру в ипотеку с переплатой по кредиту всего 6,1 % в год. «Амурские зори» выгода в квадрате. Срок акции ограничен. Успевай узнать больше по телефону 4-55555».

Визуальная информация:

крупным шрифтом:

«Строительный холдинг «Амурские зори», Сбербанк всегда рядом. Новая формула

ипотеки. 6, 1%. Строительный холдинг «Амурские зори», Новая формула ипотеки, 6, 1% Сбербанк всегда рядом».

Мелкий шрифт нечитаем.

Срок распространения рекламы с 17 - 21 февраля, 24-28 февраля 2014 года.

Реклама ориентирована на неопределенный круг лиц и направлена, как на привлечение внимания потребителя как к товару (квартирам), реализуемому компанией «Амурские зори», формирование и поддержание интереса к нему, и продвижение его на рынке, так и на заключение договора ипотеки при покупке недвижимости.

Из содержания вышеуказанной рекламы следует, что объектом рекламирования является не только товары, но и услуга по предоставлению кредита (финансовая услуга).

Реклама направлена на привлечение внимания потребителей к приобретению товаров в кредит на определенных в рекламе условиях **(6, 1%- переплаты)**, что подтверждается наличием в рекламе информации об условиях предоставления кредита на покупку товаров, формирует и поддерживает интерес потребителей к конкретным условиям предоставления данного кредита.

Антимонопольным органом установлено, что указанная реклама является рекламой финансовых услуг (кредита), оказываемых банком, следовательно, должна соответствовать требованиям статьи 28 ФЗ «О рекламе».

Согласно пункту 2 части 2 статьи 28 ФЗ «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.

В расходы лица (заемщика), заключившего кредитный договор, включаются:

оплата стоимости кредита (процент за пользование кредитом, платежи за открытие счета, ежемесячные фиксированные платежи за обслуживание счета, платежи, связанные с получением суммы кредита наличными, и другие платежи, обусловленные выдачей кредита и процессом его возврата);

оплата услуг страхования, если выдача займа обусловлена необходимостью заключения договора страхования;

иные расходы, возникающие у заемщика в процессе исполнения договора займа (необходимость нотариального заверения документов и т.п.).

Следовательно, если в рекламе услуг по предоставлению кредита указано любое из перечисленных условий, то должны быть указаны все остальные условия, как определяющие размеры расходов заемщика по договору кредита, так и влияющие на эти расходы.

В соответствии с частью 3 статьи 28 ФЗ «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 заемщика и влияющие на нее.

Стоимость кредита включает в себя проценты за кредит, а также все иные платежи, взимаемые в рамках кредитного договора в связи с предоставлением кредита. Сюда включаются: платежи за открытие счета, ежемесячные фиксированные платежи за обслуживание счета, платежи, связанные с получением суммы кредита наличными, и другие платежи, обусловленные выдачей кредита и процессом его возврата.

Частью 7 статьи 5 ФЗ «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 данной рекламе указывается условие договора - переплата по кредиту 6, 1%.

Форма подачи информации в рекламе банковского продукта направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц на информацию о переплате по кредиту.

Остальные условия, такие как: адрес строящегося объекта, стоимость жилого помещения, для которого действует указанная переплата, сумма кредита, процентная ставка, срок кредита, первоначальный взнос, не доступны, так как выполнены мелким шрифтом, транслируются короткое время, что не позволяет потребителю рекламы ознакомиться и воспринять их, чем вводит потребителя в заблуждение.

Данные обстоятельства указывают на то, что у потребителей рекламы затруднена возможность прочесть всю информацию о рекламном продукте, а, следовательно, свидетельствуют о том, что, несмотря на формальное присутствие в рекламе сведений обо всех условиях оказания соответствующей услуги, фактически данные сведения в рекламе не воспринимаются, следовательно, приравниваются к их отсутствию.

Отсутствие в Законе четкого указания на размер шрифта и время трансляции рекламных надписей, не свидетельствует о том, что размер шрифта и время трансляции может быть любым, поскольку это противоречит положениям ст. 5 Закона относительно добросовестности и достоверности рекламы, которая не должна вводить в заблуждение потребителя.

Использованный в рекламном тексте шрифт своим размером должен обеспечить нормальное восприятие потребителем всего содержания рекламной надписи, без дополнительно предпринимаемых усилий по разглядыванию какой-либо ее части.

В соответствии со статьей 3 ФЗ «О рекламе» 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 или поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке.

Совокупность таких особенностей спорной 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 (информацию) рекламы.

Учитывая изложенное, несмотря на формальное наличие в рекламе существенной информации об условиях по ипотечному договору, влияющих на сумму расходов, форма предоставления данных сведений такова, что они не воспринимаются потребителями и фактически в рекламе отсутствуют,

Тот факт, что существенная информация в спорной рекламе не читается, очевидно усматривается при визуальном просмотре текста рекламы.

Поскольку существенной является не только информация привлекательная для потребителей (написанная крупным шрифтом), но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей рекламы, отсутствие каких-либо сведений, в том числе и доступных, об условиях ипотеки, может привести к искажению смысла рекламы и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой услугой, так как данная информация сложно воспринимаема или вообще недоступна для потребителей.

Отсутствием в рекламе информации об условиях договора, требующих дополнительных затрат потребителя и влияющих на фактическую стоимость кредита, вводит потребителя в заблуждение относительно стоимости товара (договора кредита), что является нарушением части 7 статьи 5, пункта 2 части 2, части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

Кроме того, в рекламе указано информация о строительном холдинге «Амурские зори».

Холдинг – это структура коммерческих организаций, включающая в себя управляющую компанию и сеть мелких дочерних компаний, которые она контролирует.

В соответствии с письмом ООО «Диалог» от 06.03.2014 № 4/393 ООО «Диалог» не входит в какие – либо объединения хозяйствующих субъектов, картелей.

Согласно пункту 20 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или продавце рекламируемого товара.

В процессе рассмотрения дела представитель ... пояснила, что в рекламе указали всю необходимую информацию по финансовым услугам. В связи с тем, что объем информации очень большой и транслируется короткое время, в итоге сведения получились нечитаемые. В части размещения информации о строительном холдинге, то в настоящее время она откорректирована.

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

Установлено, что рекламодателем, в интересах которого непосредственно распространялась рекламная кампания, является ИП Микаелян. Данный факт подтверждается письмом ООО ИТА «Губерния» (вход.№ 5/2608 от 17.03.2014 года, договором № 01/02-14, заключенным между ИП Микаеляном и ООО ИТА «Губерния», актом об оказании рекламных услуг приема от 28 февраля 2014 года.

Руководствуясь частью 2 пункта 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, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу *«Амурские зори и Сбербанк предлагает квартиру в ипотеку с переплатой по кредиту всего 6,1 % в год. «Амурские зори» выгода в квадрате... Строительный холдинг «Амурские зори», Сбербанк всегда рядом...»*, распространяемую ИП Микаелян на телеканале «6ТВ», поскольку в ней нарушены требования пункт 20 части 3, части 7 статьи 5, пункта 2 части 2, части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе».
2. Выдать ИП Микаелян обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Хабаровского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 09 апреля 2014 года.

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

Предписание

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе

09 апреля 2014 года

г. Хабаровск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Ведущий специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции на основании своего решения 09 апреля 2014 года по делу № 4-05/29 о признании ненадлежащей рекламы ИП Микаелян,

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. ИП Микаелян в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить размещение любым способом, с использованием любых средств рекламы:

- финансовых услуг, а именно: не умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму расходов, которые понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий,
- исключить из рекламы информацию о холдинге.

2. ИП Микаелян представить в Хабаровское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 20.04. 2014 года.

В случае неисполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Хабаровское УФАС России в праве в соответствии с частью 2.4. статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере **от двенадцати до двадцати тысяч рублей**; на юридических лиц – от трехсот до пятисот тысяч рублей.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса

Российской Федерации (в трехмесячный срок).